DIGITAL EDITION
FEBBRAIO 2020 · ANNO XXXIV · N. 276

Italia a Tavola



40th

Ospitalità Italia

2020

complesso fieristico di Carrara
dall'1 al 4 marzo

Attrezzature e forniture per: Alberghi, Ristoranti, Gelaterie, Pasticcerie, Panifici, Pizzerie, Arredamento Contract

FOOD SERVICE · RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · TURISMO

il direttore

Alberto Lupini



Addio ai Beatles e allo Stilton Non prendiamocela col whisky

Chi è cresciuto col mito dei Beatles o ha studiato all'ombra del Big Ben ha provato rammarico, ma anche un po' di rabbia. Della Regina Elisabetta e della sua imbarazzante famiglia poco ci importa, ma che gli inglesi siano fuori dall'Unione europea è come se si fosse tornati indietro di decenni, a quando la Manica era un confine e zona di guerra. Gli effetti li avremo solo dal prossimo anno, ma ora che Londra si è politicamente ritirata dal continente, illudendosi forse di rinverdire l'asfittico mito del Commonwealth colonialista o godere di chissà quale buon trattamento dagli Stati Uniti, c'è solo da sperare che, dopo lo status quo per (almeno) 11 mesi, si trovi un accordo sul commercio e sul resto. Si spera, nell'interesse di tutti, che si trovi un accordo sul libero scambio con la Gran Bretagna come eccezione rispetto agli altri Paesi terzi.

Ma intanto l'Unione è scesa di 66 milioni di cittadini (i sudditi di Sua Maestà britannica) e ha perso per la prima volta anche un po' di geografia. E se da gennaio 2021 serviranno il passaporto e il visto (elettronico) per andare a Londra, poco male: magari molti europei sceglieranno altri hub per i voli internazionali. Non che l'Europa perda poi molto se l'irrequieto primo ministro Boris Johnson non parteciperà ai Consigli europei e il suo Paese non avrà più voce in capitolo nelle decisioni a cui gli inglesi dovranno comunque adattarsi se vorranno vendere qualcosa in Europa. Anzi, per molti versi, tolta di mezzo l'ambigua figura di frenatori dei premier britannici, l'Ue potrebbe ritrovare un po' più di sintonia e unità. Infastidisce semmai che al momento l'inglese debba restare con il francese e il tedesco la lingua base di tutti i documenti.

Ma parliamoci chiaro: un Paese che in strada viaggia a sinistra e che ha unità di misure in pollici o miglia non ha mai voluto integrarsi col resto dell'Europa. E ora forse è tempo che gli europei si scrollino di dosso un po' di polvere di quelle brughiere, allontanino la nebbia e lascino andare Albione per la sua strada. Se ci saranno dei dazi cresceranno i costi per l'export di auto, trasporti, tessile e arredamento, oltre all'agroalimentare. Noi italiani sul piano industriale potremmo avere riflessi negativi soprattutto per un calo delle esportazioni tedesche, di cui siamo subfornitori. Il vero danno potrebbe essere sui prodotti alimentari, che il biondo Boris non ama particolarmente. C'è già chi propone di boicottare il whisky, ma danneggeremmo solo gli scozzesi che in Europa ci volevano restare e che proprio per questo potrebbero fare saltare l'unità del Regno di Elisabetta II. Magari si potrebbe colpire lo Stilton, ma non è che di quel formaggio erborinato se ne mangi molto da noi con le ottime alternative che abbiamo. In verità sarebbe meglio evitare guerre commerciali ed evitare che i turisti inglesi scelgano altre destinazioni.

A pagare lo scotto della Brexit potrebbero essere soprattutto i prodotti alimentari. Ma se lo Stilton da noi non va per la maggiore, boicottare il whisky danneggerebbe gli scozzesi che in Europa ci volevano restare



Per i tuoi commenti cerca il codice 65118 su **www.italiaatavola.net**

In copertina



La fiera dell'ospitalità e della ristorazione si prepara a vivere un anniversario importante il prossimo marzo. L'edizione 2019 ha accolto 62mila operatori del settore e un migliaio di marchi commerciali

Sommario



Diffusione media mensile: 65.000 COPIE (STAMPA) 285.000 COPIE (DIGITALE)









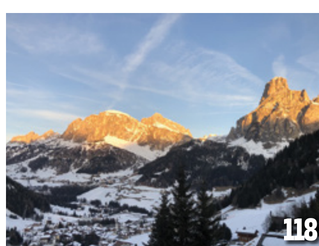












CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

AGUGIARO&FIGNA
Storie di farina
Sostenitore Ufficiale Slow Food® Italia
Pensare insieme il futuro del cibo - www.slowfood.it

#EXPRESSYOURSELF

NAPOLI, ORE 01:00

Ogni pizzaiolo ha una storia da raccontare che svela attraverso le sue ricette.





C'è Pasquale, napoletano verace, che ama il gusto delle cose fatte come una volta. Per i suoi impasti ha scelto la classica 00 e Mora, la farina integrale nata da macinazione extravergine. Le sue pizze, dal sapore inconfondibile, sono dedicate a chi come lui porta la tradizione sempre nel cuore.

le5stagioni.it
curtarolo@agugiarofigna.com · +39 049 9624611

Since 1831



LA PASSIONE PER LA PIZZA

Rocco Pozzulo

Presidente Nazionale Fic



Chi evade le tasse sfrutta chi le paga

«Chi evade le tasse sfrutta chi le paga». Così ha replicato il Capo dello Stato Sergio Mattarella alla domanda rivolta da uno studente di una scolaresca ospite del Quirinale. Ho riflettuto sulle sue parole: il problema secondo me è legato soprattutto alla cultura e mentalità della nostra società. Gli "evasori", dotati di intelligenza e opportuni mezzi, sono rei a tutti gli effetti poiché ignorano il significato del vivere insieme, dove la "convivenza" obbliga a contribuire, come dice la nostra Costituzione, secondo le proprie possibilità alla vita comune, a discapito di chi si vede detrarre in busta paga gran parte del salario.

La Federazione italiana cuochi si è sempre sottratta a polemiche e prese di posizione legate a dinamiche politiche, tributarie, normative. Ma nelle parole del nostro Presidente della Repubblica si avverte che esiste in tutta l'opinione pubblica una reale richiesta di giustizia fiscale e morale. La questione etica ribadita da Mattarella mi ha fatto tornare in mente alcune situazioni che al mio insediamento come presidente Fic, oltre 5 anni fa, ho riscontrato in alcune piccole associazioni provinciali. Situazioni discordanti dalla nostra "mission", per fortuna poche, ma tali da ledere l'immagine e parte degli stessi iscritti. Situazioni dove referenti Fic, collocandosi a capo delle circoscrizioni territoriali, sfruttavano il loro ruolo di leader per un tornaconto personale grazie al "volano" che il nostro marchio federativo può vantare presso enti pubblici e importanti aziende.

Malcostume che grazie al nostro nuovo percorso di questi anni è stato a poco a poco debellato, specie nell'ottica delle nuove dirigenze, nelle quali si è fondata una mentalità di gruppo, di appartenenza e del bene comune. Rubare agli altri non è il solo danno che si possa fare nei confronti di una collettività. Commette oltraggio anche chi, una volta insediatosi a capo di un ente o un'istituzione, sfugge o cerca di sottrarsi ai propri reali doveri di dirigente, così come chi sfrutta l'apporto e l'impegno lavorativo silenzioso di altri per la visibilità personale.

La Fic lavora nell'intento di migliorare sempre più sul piano gestionale e della trasparenza, anche in tutte le circoscrizioni territoriali, in modo che certi vecchi malcostumi siano solo nostalgiche e lontane reminiscenze. Lavoriamo sempre per lasciare alle nuove leve future un'associazione credibile e "sana", all'insegna della cultura e della mentalità di gruppo, dedita all'incondizionato beneficio di tutti.

Per i tuoi commenti cerca il codice **64995** su **www.italiaatavola.net**



Enrico Derflingher

Presidente Euro-Toques International e Italia





Paul Bocuse, un esempio da non dimenticare

Il ristorante di Bocuse perde le tre stelle. È una notizia che da un canto stupisce, dall'altro lascia noi cuochi amareggiati. Perché, seppur lo chef padre della cucina moderna internazionale non sia più con noi, vale tutt'oggi la sua massima: quando non era nella cucina del suo ristorante, cucinano gli stessi cuochi sono ai fornelli quando lui era presente. Un commento questo che prende forza non solo dalla voce di chi, come me, almeno per Euro-Toques - di cui Bocuse è fondatore internazionale - ne è successore, ma anche da grandi colleghi francesi (primo tra tutti, Marc Veyrat) che ho avuto modo di incontrare durante l'assemblea di Euro-Toques France: tutti hanno confermato quanto il ristorante di Bocuse, che ogni giorno ne raccoglie l'eredità, sia ancora punto di riferimento per l'alta cucina.

La Michelin, come ho commentato appena ricevuta una notizia di tale rilievo, perde così buona parte della sua credibilità, tanto in Francia quanto negli altri Paesi, adottando criteri di giudizio poco chiari - esempio palese è l'Italia stessa, nella quale per motivi non ancora chiari le pizzerie non sono assolutamente considerate, nonostante rappresentino a tutti gli effetti la tradizione a tavola del Belpaese. Euro-Toques Italia, a questo proposito, ha voluto farsi avanti in più occasioni: prima promuovendo la candidatura dell'Arte dei pizzaiuoli napoletani a Patrimonio Unesco, poi aprendo le sue porte a grandi pizzaioli come il numero uno Franco Pepe, ad oggi ufficialmente associato con noi.

Posso sentirmi fiero da questo punto di vista, grazie anche alla lettera che la stessa figlia di Bocuse mi ha inviato, ringraziandomi tanto per la posizione presa quanto per le parole espresse in difesa di un uomo che, per lei come per tutto il mondo della cucina, rappresenta la Francia a tavola tutta.

Rimane ora da chiedersi quale sia la motivazione di questa scelta "rossa". Che sia visibilità, che sia "far parlare di sé", che sia ancora imporre la propria autorità al di sopra di tutto il mondo della ristorazione, non è chiaro. Ma Euro-Toques, dal canto suo, vuole prendere posizione: non tanto contro la Guida d'Oltralpe, ma - cogliendo l'occasione per rimarcarlo - a favore di quei valori che preservano la tradizione e valorizzano storia e territorio, che sia in Italia come nell'Europa tutta, dalla mia Italia alla Francia fino all'Ungheria. In difesa di quei cuochi che nella storia della cucina e in personaggi come Bocuse trovano tanto un'ispirazione quanto un imprescindibile appiglio.

Per i tuoi commenti cerca il codice **65086** su **www.italiaatavola.net**



Porta in tavola
le emozioni

chsgroup.it

Genware



Roberto Lestani

Presidente Fipgc



Istruzione e spirito di squadra La Fipgc prepara le nuove leve



La Federazione internazionale di pasticceria, gelateria e cioccolateria conta attualmente 27mila soci in tutto il mondo. Prepara il ricambio generazionale attraverso corsi e concorsi

La Federazione internazionale di pasticceria, gelateria e cioccolateria nasce 7 anni fa per dare una direzione a tutte le realtà e ai professionisti del settore. Visto il successo ottenuto nel Belpaese, il nostro eco è arrivato anche fuori dai confini nazionali: molti colleghi stranieri ci hanno chiesto di coinvolgerli e l'abbiamo fatto. Oggi contiamo 7mila iscritti italiani e 20mila stranieri. Siamo solo all'inizio, la nostra missione è ancora in fase di espansione e costruzione.

Sappiamo che per dar vita a qualcosa di solido e di qualità, la formazione delle nuove (e meno nuove) leve sia fondamentale. Ecco perché lavoriamo a stretto contatto con il ministero dell'Istruzione per far nascere progetti di insegnamento della disciplina. Non solo, organizziamo anche corsi e concorsi come il Campionato italiano degli istituti alberghieri, consci del fatto che i ragazzi abbiano bisogno anche di stimoli così per crescere. Non sempre però il nostro compito è facile; il ricambio generazionale fatica ad avvenire con continuità, non è sempre immediata la presa di coscienza del fatto che oggi non basta essere "semplici" pasticceri, ma è necessario lavorare a 360 gradi.

Detto questo, il nostro "credo" ci porta ad allontanare le lamentele e a trovare, piuttosto, la giusta formula per fare del nostro meglio. Significa comprendere che il mestiere è notevolmente cambiato perché la società è cambiata e perché, nel tecnico, la tecnologia è intervenuta rivoluzionando il modo di lavorare. Un problema per chi è abituato ad operare in modo più tradizionale, un'opportunità per chi riesce a coglierne i vantaggi. Su tutti quello di non pensare più alla pasticceria come luogo dove sfornare dolci e basta, ma come attività parallela alla cucina, in grado di affiancare ai prodotti di punta anche piccoli pasti, dalla colazione alla cena. Solo così e con un'unione di intenti tra colleghi - spesso colpevoli di beghe intestine poco produttive - il mondo della Fipgc potrà proseguire sulla retta via sulla quale si è incanalata.

Roberto Lestani

Per i tuoi commenti
cerca il codice **64977** su **www.italiaatavola.net**



Valerio Beltrami

Presidente Amira





Il turismo guarda avanti

Il recente congresso annuale di Solidus ha acceso i riflettori su temi cruciali per il settore dell'accoglienza, primi fra tutti l'importanza della formazione professionale e del saper fare squadra e lavorare uniti

Lo scorso dicembre si è tenuto a Roma presso la sala Zuccari del Senato della Repubblica il congresso nazionale di Solidus, la confederazione delle associazioni di professionisti, arti e mestieri dell'accoglienza alberghiera, turistica e della ristorazione che riunisce ben 57mila soci tra direttori, maître d'hotel, cuochi, barman, sommelier, portieri, impiegati d'albergo e governanti. "L'alta formazione nel mondo del turismo. Eccellenza dell'accoglienza, accoglienza di eccellenza": è stato questo l'interessantissimo tema del congresso, che è stato organizzato dal centro studi manageriali "Raffaello Gattuso" con il patrocinio del Senato della Repubblica.

I lavori si sono aperti con i saluti istituzionali del Questore Antonio De Poli, dell'allora presidente nazionale di Solidus Carlo Romito e del presidente del centro studi manageriali Giovannangelo Pergi; nel ruolo di moderatore Alessandro D'Andrea, presidente nazionale dell'Associazione direttori d'albergo, eletto in quell'occasione presidente di Solidus. Il convegno era aperto e rivolto a tutti gli operatori dei vari settori del mondo turistico-alberghiero, una bella occasione per confrontarsi e scambiarsi idee e proposte da sviluppare in futuro.

Al congresso hanno partecipato Ignazio Abrignani, presidente dell'osservatorio parlamentare sul turismo, che è intervenuto sull'importanza della formazione del turismo, Carmela Palumbo del ministero dell'Istruzione, che ha trattato il tema della formazione di qualità in stretto collegamento con il mondo del lavoro, Beppe Longhi dell'ente di formazione professionale Enaip, che ha trattato il tema dell'innovazione nel settore turistico, Anna Rita Fioroni dell'Università dei sapori, che ha trattato l'argomento della formazione nel settore alimentare come strumento per qualificare l'offerta del territorio e la promozione turistica, Federico Samaden del progetto culturale Ospitalia, che ha presentato il modello trentino per costruire nuove forme di ospitalità, e infine Marta Cotarella della scuola di alta formazione Intrecci, che è intervenuta sul tema dell'importanza della sala per il settore ristorativo.

L'incontro è servito a far emergere l'importanza della formazione professionale e del saper fare squadra: soltanto se lavoreremo uniti avremo la carta vincente da giocarci nel settore del turismo.

Per i tuoi commenti cerca il codice **64979** su **www.italiaatavola.net**



Alessandro D'Andrea

Presidente Associazione Direttori d'Albergo



Ospitalità, ripartono gli investimenti immobiliari

Secondo Il Sole 24 Ore, il 2019 ha segnato una crescita record per gli investimenti immobiliari nel settore dell'ospitalità in Italia. Fondi internazionali, multinazionali del lusso, emiri e sultani dal Medio Oriente, infatti, aumentano gli investimenti nell'hotellerie di altissima gamma in tutto il mondo (basti pensare all'acquisizione avvenuta nel 2018 della catena Belmond da parte del colosso francese LVMH) e in molti casi in strutture iconiche del nostro Paese: solo nel primo semestre del 2019 l'ammontare degli investimenti ha raggiunto 2 miliardi di euro. L'ultima novità risale al 31 dicembre: l'annuncio del passaggio degli hotel del gruppo The Dedica Anthology da Värde Partners a Covivio, che ne affiderà la gestione a NH Hotels, con diversi brand.

Nonostante le difficoltà che spesso deve attraversare, l'Italia si conferma meta di grande interesse per gli operatori stranieri: la metà degli investimenti nel settore alberghiero viene infatti dall'estero

Location storicamente di maggior appeal si confermano Roma, Milano, Venezia e Firenze. A Roma, in particolare, molti prestigiosi edifici sono stati acquisiti per essere trasformati in hotel, per la cui gestione si parla ad esempio di Accor e W-Marriott. Molto importante che la Capitale sia stata inserita dal Real Estate Advisor JLL fra le 50 città in fase di "managing momentum" (cioè quella fase in cui è consigliabile investire): sempre più urgente, dunque, sarà risolvere le problematiche che possono avere un effetto negativo sul turismo. Importanti operazioni riguardano anche destinazioni di vacanza - da Capri a Taormina, dalla Sardegna a Courmayeur.

Ciò non può che essere positivo per la qualità della nostra offerta di accoglienza, che - pur già d'eccellenza - potrà apprendere molto dall'ingresso di nuovi competitor e potrà consolidare la sua attrattività nel circuito del turismo d'élite. I lavoratori del settore avranno occasione di fare esperienza in hotel di catena anche rimanendo in Italia, formandosi con standard sempre più elevati e procedure di rodata e puntuale organizzazione, mettendosi alla prova in realtà dal più ampio respiro.

Il tessuto alberghiero italiano, che rappresenta il più grande portafoglio ricettivo in sede europea (davanti a Germania e Spagna) e il terzo assoluto a livello mondiale, è costituito per la grande maggioranza da strutture di categoria 3 stelle. Il numero degli alberghi a 4 e 5 stelle è in crescita, rispettivamente del 20 e 50%, mentre va riducendosi quello di categorie inferiori. Il tasso di penetrazione delle catene alberghiere resta basso rispetto alla media europea, e riguarda principalmente la fascia medio-alta. Ma non solo gli investimenti sono di buon auspicio: tra le 52 destinazioni "da visitare" nel 2020 secondo il New York Times l'Italia è presente tre volte, con la Sicilia (al 7° posto), il Molise e Urbino.

Per i tuoi commenti cerca il codice **65129** su **www.italiaatavola.net**

Ezio Indiani

Presidente European Hotel Managers Association



Non esiste successo senza una chiara visione



La visione e la missione sono fattori motivazionali nel settore dell'accoglienza e in generale nel mondo del lavoro. Viceversa, se comunicate o interpretate male possono portare a risultati disastrosi. C.K. Prahalad, consulente strategico, affermò che per spiegare una missione non servono più di tre minuti! Missioni veramente valide debbono essere di semplice comprensione e capaci di catturare l'immaginazione delle persone. La forza di una visione, di una missione, sta nel mettere a disposizione di tutta l'organizzazione una mappa della quale loro si sentano parte, facendogli immaginare i vantaggi derivanti dall'implementazione della missione stessa.

La vera natura della visione, della missione, è quella di prevedere il futuro aziendale. Visione e missione debbono essere focalizzate sul dove vogliamo andare, non sul come vogliamo arrivarci. Il buon direttore visionario deve avere la capacità di parlare del futuro. Il futuro a 360 gradi, il mercato, l'organizzazione del lavoro, dei prodotti, delle relazioni industriali, delle opportunità in tutti i campi delle attività aziendali.

Le ricerche recenti confermano che le realtà aziendali caratterizzate da una forte visione e una chiara "mission" hanno molto più successo e si distinguono maggiormente nel settore in cui operano

Ma visioni e missioni rappresentano anche una deviazione dal passato, il che significa che le persone dovranno pensare, parlare e agire differentemente. Per questa ragione sotto l'entusiasmo si celano molto spesso apprensione, ansia e paura dell'ignoto. Tutti i principi di cambiamenti manageriali si applicano anche ad una nuova missione e visione. Quando si introduce una nuova visione, una nuova missione, è bene prevedere che circa il 30-40% del nostro tempo servirà per correggere errori di interpretazione e per capire che cosa non ha funzionato come avremmo voluto.

Molto spesso i collaboratori valutano molto di più il tuo comportamento rispetto a quello che dici. Una delle ragioni più diffuse dei fallimenti di nuove missioni è proprio perché chi comunica i cambiamenti è poi il primo a non adottarli. Le parole sono molto importanti ma le azioni e l'esempio sono ancora più forti. Se vuoi essere credibile accertati di essere tu il primo ad incorporare nel tuo modo di agire tutti i cambiamenti che hai comunicato.

Se nella tua azienda non hai una visione e una missione precise, ispirazionali e condivise tra tutti i collaboratori, affrettati a crearle. È essenziale per il futuro di ogni azienda.

Per i tuoi commenti cerca il codice **64981** su **www.italiaatavola.net**



Ernesto Molteni

Presidente Abi Professional



Elezioni in vista Nuove sfide per Abi Professional

Abi Professional ha nel 2020 un appuntamento importante, l'elezione del nuovo Consiglio nazionale per il quadriennio 2020-2024, che avverrà in occasione del Convegno e del Concorso nazionale che si terranno il 21 e 22 aprile al Grand Hotel Billia, che fa parte del Casino di Saint Vincent, in Val d'Aosta. Questa sede è stata la cornice storica di eventi legati al bartending sia a livello nazionale che internazionale. Dagli anni '60 in poi furono organizzati decine di convegni nazionali e alcuni mondiali dove i migliori bartender supportati dalle grandi aziende liquoristiche si confrontavano tra loro per diventare campioni italiani o mondiali e nel contempo, data l'importanza della figura del barman in quell'epoca, lanciavano sul mercato prodotti di qualità.

Ritornare in questa sede è per molti barman un orgoglio. Per i più giovani conoscere quella che è stata la sede storica del bartending mondiale sarà un modo per comprendere come si operava in quegli anni. Si possono elencare molti grandi nomi del passato, da Angelo Zola al grande Gianfranco Zanella, fino ad arrivare a Umberto Caselli, Antonio Palazzi, Camillo Bosco e molti altri. Importanti figure professionali e associative.



In questi ultimi 4 anni, nel suo primo mandato, Abi Professional è riuscita a costruire una bella immagine di un'associazione giovane in cui l'obiettivo è soprattutto amicale, deontologico, formativo e no profit, quindi un ritorno a quelle che sono le motivazioni originali che un'associazione dovrebbe avere per far sì che il confronto e la partecipazione possa accrescere la propria figura professionale. Siamo risultati interessanti a tante istituzioni che ci chiamano ad operare negli eventi di settore. Le aziende produttrici e distributrici di liquori devono capire quanto sia importante sostenerci nell'organizzazione degli eventi perché in un prossimo futuro la loro importanza tornerà a crescere.

Il prossimo mandato ci vedrà operativi con giovani professionisti e personaggi di spicco che organizzeranno avvenimenti culturali e formativi in modo tale da aumentare il nostro organico

In altre parole oggi si vuole avere tutto subito con un piccolo investimento, quando invece bisognerebbe sposare un progetto comune di qualità che porterebbe migliori risultati sul lungo periodo.

Siamo molto fiduciosi per la qualità dei nostri programmi nel riuscire a costruire un buon gruppo di professionisti, che saranno figure importanti per il miglioramento del settore. Per farlo abbiamo però bisogno anche dell'aiuto finanziario e conoscitivo delle aziende, chiamate a dare il proprio supporto nell'organizzazione degli eventi.

Per i tuoi commenti cerca il codice **64993** su **www.italiaatavola.net**



Informazioni utili

DOVE
Complesso Fieristico di Carrara
Marina di Carrara (MS)
Ingresso n° 3: viale Colombo
Ingresso n° 5 e n° 6:
via Maestri del Marmo

QUANDO
Dall'1 al 4 Marzo 2020
dalle ore 9.30 alle ore 18.30

BIGLIETTI
Il costo del biglietto intero è di 20 €.
Il prezzo del biglietto ridotto con invito-riduzione è di 5 € scaricabile anche online sul sito **www.tirrenoct.it**



OLTRE 100 EVENTI IN CALENDARIO



Festeggia quarant'anni Tirreno CT, a Carrarafiere dall'1 al 4 marzo 2020, la rassegna punto di riferimento per il mondo dell'accoglienza e, ultimamente, anche per gli stabilimenti balneari. Il traguardo fa di quella toscana una delle fiere più longeve di un settore che coinvolge ristoranti, bar, alberghi, pizzerie, gelaterie, pasticcerie.

Tirreno CT è una solida manifestazione fieristica che si è consolidata nel corso degli anni e vanta un pubblico fidelizzato e costante; al contempo, la stampa di settore e di attualità territoriale, supportata dall'ufficio stampa interno, ne documenta l'operato. Più di 50mila biglietti ridotti inviati direttamente a tutte le attività del settore del bacino d'utenza della manifestazione, oltre ai 200mila distribuiti direttamente dalle aziende espositrici, garantiscono un pubblico selezionato, interessato e assicurato.

Ampia l'offerta commerciale con oltre 430 espositori in rappresentanza di quasi 900 marchi, per un successo consolidato di pubblico con 62mila presenze. Tra i 40mila metri quadrati dei padiglioni di Carrarafiere, Tirreno CT

ha il suo cuore nell'incontro qualificato tra domanda e offerta, cui fanno da corollario convegni, seminari e workshop, master gratuiti, incontri con esperti di settore e i tanto attesi eventi promossi dalle associazioni di categoria, come i campionati nazionali e internazionali di pasticceria della Federazione internazionale pasticceria gelateria e cioccolateria, oppure il concorso dei dolci tipici italiani e quello del cake design; saranno presenti anche il concorso dell'Oscar del gelato e i concorsi della scuola Tessieri.

La Federazione italiana barman sarà impegnata nei campionati regionali e nazionali, e le associazioni legate al mondo della pizza e del pane promuoveranno i loro workshop.

Oltre a tutto questo, degustazioni e dimostrazioni, come le proposte della "Fucina dei saperi, sapori e conoscenze", sul cui palco tutti i giorni veri professionisti si alterneranno su temi specifici con le ultime innovazioni relative alla vasta gamma dei settori dell'ospitalità. Saranno oltre 100 gli appuntamenti di approfondimento, tra seminari, cooking show, convegni, tavole rotonde, dal pane alla pizza, dai prodotti lavorati e semilavorati per la cucina alle forniture alberghiere, passando per la gelateria e la pasticceria.

Un'intera area è dedicata al caffè e alle innovazioni del settore grandi impianti. Ma anche tutto ciò che riguarda le attrezzature per la tavola, bar, gelateria e pasticceria fino all'arredo contract. Presente anche il wine&beverage con i migliori prodotti per la mixology e i barman, oltre alle birre artigianali e ad un'ampia selezione di aziende vitivinicole e distillerie con la presenza dei produttori.

Imprescindibile il legame con Balnearia, il salone professionale dell'outdoor design, benessere e attrezzature balneari che fa di Tirreno CT un unico grande evento di riferimento per il segmento dell'accoglienza, dalla ristorazione al wellness, dallo street food all'hotellerie fino all'ospitalità in spiaggia. cod 62686

Per informazioni:

www.tirrenoct.it







Seminari, cooking show, convegni, dal pane alla pizza, dai prodotti per la cucina alle forniture alberghiere, passando per la gelateria e la pasticceria: Tirreno CT è un punto di riferimento per l'accoglienza





di ***Alberto Lupini***

CUCINA FRANCESE E BOCUSE D'OR

Gli autogol della Guida Michelin

Sa di tattica da calcio piazzato la querelle sulla perdita di una stella Michelin del locale che fu di Paul Bocuse, il padre fondatore della moderna cucina francese (e internazionale), ma rischia di essere un doppio autogol. Il mix fra diritto di critica, responsabilità, ricerca di pubblicità ad effetto e non ultimo la ricerca di una nuova verginità fuori dalla Francia dopo l'alleanza con TripAdvisor, hanno portato ad una strategia che potrebbe essere deleteria per la guida "Rossa" e per la grandeur dei cuochi francesi.

Una cosa è certa: la Michelin ha il diritto di giudicare chi vuole e come vuole. Lo abbiamo sempre detto e lo sosterremo fino alla fine. Ciò non significa però che sia eticamente corretto quello che fa. Anzi. Più è alta la sua rivendicazione di una libertà di recensione, più questa dovrebbe essere esercitata con senso di responsabilità verso i consumatori e i ristoranti giudicati, che sono aziende con dipendenti ed impegni economici. Ma la Rossa oggi fa l'esatto opposto. Forte di una posizione quasi monopolistica a livello internazionale, la Guida ha innescato meccanismi assai pericolosi che stressano gli equilibri di cuochi e aziende, condizionandone obiettivi, tecniche e gusto. E quando ritiene che il vento sia mutato, non si dà cura di scaricare nella polvere chi fino a ieri era invece sugli altari. Quasi che nella costola editoriale del produttore di pneumatici risiedesse tutta la saggezza, la conoscenza e la professionalità del settore...

Il caso del ristorante lionese, una sorta di tempio laico della cucina francese, ne è un esempio. Finché il mito del fondatore serviva alle strategie della Guida, andava celebrato. Morto Paul e alle prese con una perdita di credibilità, la Michelin ha orchestrato un colpo mediatico fin troppo banale per riprendere terreno rispetto alla concorrenza, a cominciare da quella del web. Ormai persa anche la regola della riservatezza che impediva notizie sui contenuti della Guida fino alla presentazione, il nuovo corso è la ricerca di colpi di teatro per cercare di recuperare credibilità in un mondo dove tutti si sentono criti-

ci. TripAdvisor insegna. Togliere stelle a personaggi importanti serve a fare finta di dimostrarsi moderni e democratici... In realtà è un po' come essere un imperatore romano nell'arena che grazia o meno un gladiatore. È una sorta di delirio di onnipotenza. Che qui però si scontra con la realtà che la Cucina di Paul Bocuse va oltre la critica quotidiana, è patrimonio culturale dell'umanità e non è nel tempo breve che si può pensare di archiviarla solo per fare notizia... Nel suo piccolo è la stessa porcheria fatta con Gianfranco Vissani che, caratteraccio a parte, è un pilastro e un maestro della Cucina italiana che la Michelin ha colpito solo per far parlare di sé.

La vicenda in sé potrebbe finire qui, ma in realtà si aprono molti scenari. Il primo è che se Bocuse non è più il re o l'eroe, il mito della cucina francese potrebbe scricchiolare. Se la cucina del Maestro non è più degna di essere glorificata, molti dei suoi discepoli pluristellati potrebbero essere messi in discussione. Per non parlare di una seconda conseguenza, che riguarda uno dei meccanismi internazionali costruiti nel nome del grande cuoco per celebrare proprio le tecniche francesi: il Bocuse d'or. Che credibilità possono avere ora le regole del concorso internazionale di cucina più importante e ambito al mondo? Che senso ha gareggiare con le regole di una Fondazione che si basa su un'eredità che la "Bibbia" rossa non riconosce più come valida? Un quesito che giriamo a chi in Italia si ostina a vedere in quel concorso un'occasione importante, salvo poi farsi male edizione dopo edizione. Ma questo è un altro tema su cui torneremo e al momento auguriamo ai nuovi candidati il meglio possibile visto che sono tutti e 3 bravi... quando cucinano all'italiana. cod 64871



TOLTA LA TERZA STELLA AL RISTORANTE DI BOCUSE

Nell'edizione del 2020 della Guida Michelin francese, il ristorante Bocuse splende solo di due stelle, la terza è stata ritirata. La motivazione? «La qualità del locale rimane eccellente, ma non più a livello di tre stelle». Per poter fare questo annuncio, riportato da Elisabeth Boucher-Anselin, direttrice della comunicazione per le attività gastronomiche e turistiche della Michelin, il patron della "Rossa" Gwendal Poullennec ha visitato personalmente il ristorante, situato nella regione di Lione.

Non è però una sorpresa: già prima della morte di Paul Bocuse (avvenuta due anni fa, poco dopo quella di Gualtiero Marchesi) alcuni critici gastronomici avevano detto che il ristorante non era più all'altezza delle stelle attribuitegli. Nel 2019 diversi ispettori hanno visitato varie volte il locale.

La motivazione data dalla direttrice della comunicazione della Rossa Elisabeth Boucher-Anselin: la qualità non è più quella di un ristorante a tre stelle

L'annuncio di questa retrocessione arriva dopo quella dello chef Marc Veyrat, che ha intentato (e perso) una causa contro la Guida, che anche al suo locale aveva revocato una stella. Bisogna anche ricordare che Veyrat aveva provato a restituire le stelle (senza successo, perché, come spiegato da Gordon Ramsay, le stelle non appartengono al cuoco ma al ristorante), cercando di uscire da un sistema dal quale hanno cercato di allontanarsi negli ultimi anni diversi chef, tra cui Gualtiero Marchesi, Sébastien Bras e il coreano Eo Yun-gwon.

In un comunicato i dipendenti dello ristorante Bocuse hanno fatto sapere di essere «sconvolti», ma determinati a proteggere «lo spirito di Monsieur Paul. Sono due anni che ci ha lasciati e anche se la stella non appartiene a uno chef, è ovvio che tutti si interrogano sul nostro futuro».
cod 64850

LEFTERIS LAZAROU

ALTA CUCINA GRECA





di ***Nadia Afragola***

La Grecia è una delle mete estive per eccellenze. È lo yogurt greco che mangiamo a colazione. È la moussaka, con i suoi strati di carne e verdure che si alternano. È l'ouzo aromatizzato all'anice servito con le olive al tramonto e l'insalata greca con souvlaki e pita. Ma la Grecia è anche cucina gourmet, alta gastronomia, stelle Michelin e fine dining che non ti aspetti.

E se parliamo di alta cucina la Grecia è soprattutto **Lefteris Lazarou**, quasi settantenne, figlio d'arte. Il primo chef della storia del suo Paese a ricevere una stella Michelin, con i suoi piatti iconici a base di pesce e frutti di mare, serviti a un passo dalla riva, nel suo ristorante Varoulko, aperto 33 anni fa ad Atene. La sua popolarità è cresciuta nel 2010 quando è diventato uno dei giudici di MasterChef. Ha imparato l'arte da suo padre, cuoco di bordo. Aveva appena 15 anni quando iniziò a lavorare con lui ai fornelli, in estate. È lì, sulle navi da crociera, che ha imparato a declinare la cucina greca per tutti i palati del mondo e ha capito che non era per mare che si sarebbe compiuta la sua opera migliore.

Nasce su queste basi il suo ristorante Varoulko, con piatti che sono il frutto della spesa giornaliera fatta dallo chef al mercato del pesce, come anche in quello ortofrutticolo. E nasce dai suoi viaggi in Argentina, Giappone e America, in cui si fa promotore di un prodotto eccellente del suo Paese come l'olio. Da un viaggio in America arriva per lui la cattedra al Culinary Institute of America, una delle scuole di cucina più famose al mondo. È lui a rappresentare il suo Paese ai Giochi olimpici di Sydney nel 2000, due anni prima di cucirsi sul petto la stella Michelin. E sempre lui, di recente, è stato scelto dalla Aegean Airlines per portare in alta quota il meglio della cucina greca con l'iniziativa "Gastronomics", ispirata ai sapori e agli aromi che caratterizzano la culla della civiltà occidentale.

Sono stata nel suo ristorante. Mi sono lasciata guidare alla scoperta di quella cucina di mare che lo ha reso celebre in tutto il mondo.

Quasi settantenne, figlio d'arte, Lazarou è stato il primo chef a ricevere una stella Michelin in Grecia nel suo ristorante Varoulko. La sua cucina è fatta di piatti iconici a base di pesce e frutti di mare

Chi è Lefteris Lazarou?

Un uomo di mare, nato a Piraeus e che ha scelto di restare.

Chi è stato il suo maestro?

Mio padre, che mi ha spinto verso l'alta cucina. 70 anni fa cucinava a 50 metri da dove sono ora, ecco perché ho scelto di aprire il mio ristorante qui. ➜

Quale è stato il più grosso insegnamento che le ha lasciato?

Mi ha insegnato a pensare e mi diceva sempre di pensare dieci volte per agire solo una volta. Mi diceva di tenerlo a mente e sono le parole che ogni giorno ripeto ai miei ragazzi in cucina.

Quando non fa lo chef, cosa fa?

Penso a cosa cucinare. Quando non riesco a prendere sonno, cucino. Questa è la mia vita.

Quali sono le coordinate della sua cucina?

Potrei rispondere con un dato che parla della gente che lavora nella mia cucina. La maggior parte di loro sono con me da 15-16 anni e per questo motivo la cucina di Varoulko non la trovi da nessun'altra parte. Non potrei cambiare ogni stagione il mio braccio destro, o il sinistro... impensabile l'idea di ricominciare ogni volta dal principio. Ogni componente della mia brigata sa cosa dovrà fare il giorno dopo, ha delle responsabilità precise che sono sue e di nessun altro. Tornando alla mia cucina, posso dire che il mare è tutta la mia vita ed è lui a darmi l'ispirazione per ogni piatto e ogni scelta.

C'è un ingrediente che non entrerà mai nella sua cucina? E quale invece non manca mai?

Non c'è un ingrediente che a prescindere non entrerà nella mia cucina, ma non ho mai cucinato della cacciagione. Invece, da buon greco, l'ingrediente che non mancherà mai nella mia cucina è l'olio d'oliva. Non puoi cucinare un piatto greco senza olio di oliva.

Con che cadenza cambia il suo menu?

Ogni giorno. La mia è una cucina di mare, figlia del lavoro dei pescatori e ogni giorno 5-6 piatti cambiano.

Ha ancora senso parlare di "km 0" nel 2020?

Sì, soprattutto oggi che le distanze sono ridotte e si possono avere ingredienti da ogni angolo del mondo con un clic. La produzione locale non è da ignorare, né trascurare o sottovalutare. Ecco perché prediligo i prodotti della Grecia, anche se non posso coltivarli da me, come fanno alcuni dei miei colleghi nei loro orti.



«Un bravo chef non può prescindere dal comportarsi in modo etico. Bisogna cercare sempre materie prime e ingredienti di qualità e non dovremmo mai servire ciò che noi non mangeremmo»

Lefteris Lazarou



Ingredienti o tecnica: cosa è più importante?

Entrambe, in modo complementare. Le tecniche si evolvono nel corso degli anni, ciò non vale per gli ingredienti ma non per questo sono meno importanti. Un buon palato riuscirà a valutare la qualità di un piatto dagli ingredienti che lo compongono. Ecco perché vanno di pari passo.

Avere una stella Michelin pesa più sull'uomo o sullo chef?

Pesa sullo chef e pesa sull'uomo. Non potrei mai essere un bravo cuoco se prima non fossi una brava persona.

Cosa è etico per lei?

Un bravo chef non può prescindere dal comportarsi in modo etico. Bisogna cercare sempre materie prime e ingredienti di qualità e non dovremmo mai servire ciò che noi non mangeremmo. Uno chef che si comporta in modo etico al momento di fare la spesa per il suo ristorante non guarda solo il prezzo di un prodotto ma legge l'etichetta e la provenienza di quella farina, di quel pesce... Probabilmente il prezzo dovrebbe essere l'ultima cosa della quale si cura. Un comportamento etico devi averlo anche e soprattutto nei confronti dei ragazzi che lavorano con te se vuoi che la tua cucina funzioni, devi trattare quei ragazzi come se fossero i tuoi figli.

Chi è un critico per lei?

Potrei dire il mio palato ma prima di tutto i miei clienti. Cucino per loro da 35 anni e molti sono diventati amici, con il passare del tempo.

Di quante persone è composta la sua squadra?

Il mio team è composto da 38-40 persone. Il ristorante arriva ad ospitare fino a 180-200 persone in media, ma spesso nei weekend si va ben oltre questi numeri. Siamo sul mare, la gente ama fare festa e ama mangiare bene.

Come sono le nuove generazioni?

Ho iniziato a fare questo mestiere più di 50 anni fa. Quella era un'altra cucina rispetto a oggi. Ho una profonda fiducia verso le nuove generazioni, a loro insegno e dedico parte del mio tempo.

C'è qualcosa che invidia alla cucina italiana?

Apprezzo molto la cucina italiana e non potrebbe essere diversamente, anche perché a 17 anni ero a Napoli ad affinare palato e tecniche. Amo la cucina povera italiana, ci vedo tanti punti di congiunzione con la mia idea di cucina.

Il suo collega Yannick Alléno ha recentemente dichiarato che le donne chef non arrivano al top come i colleghi uomini perché sono più portate a fare le mamme. Cosa ne pensa?

È difficile per una donna unire una carriera come quella da chef con la vita da madre, perché i bambini hanno bisogno della madre più che del padre. Ciò non vuol dire che le donne non possano essere delle bravissime cuoche e avere carriere prestigiose. Nella mia cucina ci sono dieci donne, sono sempre con me, sono estremamente organizzate, intelligenti e riescono a focalizzarsi di più su quello che fanno, rispetto agli uomini.

Che progetti ha per il futuro?

Vorrei lasciare il segno. Passare il mio sapere ai cuochi del futuro. Voglio insegnare l'arte, fare in modo che la gente possa lavorare in cucina in modo corretto, in modo etico, solo così posso sperare di regalare l'eternità agli insegnamenti di mio padre.

E la seconda stella Michelin?

Non è il mio obiettivo principale. È difficile, guardando gli standard europei, anche perché per me vorrebbe dire cambiare i prezzi, aumentarli, e non voglio farlo. Sono legato alla mia gente più che ai riconoscimenti. Voglio che il mio ristorante sia un posto dove tutti possono sedersi a mangiare un piatto fatto a regola d'arte. Non voglio fare quello che fanno tutti gli altri solo perché va fatto (ad esempio cucinare la cacciagione!). Voglio rimanere unico, ecco perché uso ingredienti e pesci che difficilmente troverete in un altro ristorante stellato.

Com'è stata l'esperienza a MasterChef Grecia?

Quando ero giudice, parlo della prima edizione, era una competizione vera e propria, non un reality come ora. Sono andato a fare il giudice per la mia spasmodica voglia di passare conoscenza, non volevo diventare famoso anche perché ero già molto conosciuto in Grecia.

Poi un bel giorno le hanno chiesto di mandare i suoi piatti tra le nuvole. E lei ha accettato.

Non è stato facile. Siamo a 30mila piedi di altezza, l'ambiente è secco, il palato cambia, eppure ci ho provato. La Aegean Airlines è la più grande compagnia aerea greca per numero totale di passeggeri trasportati, per numero di destinazioni servite e per dimensione della flotta: è una grossa responsabilità e sono stato felicissimo di accettare la loro proposta di collaborazione. Non sapremo mai che sfide ci riserverà il futuro.

cod 65107





L'associazione presieduta da Enrico Derflingher ha accolto 63 new entry, tra cui il neo tristellato Enrico Bartolini, ma anche il pizzaiolo Franco Pepe, che dimostra l'importanza del mondo pizza per la cucina italiana

EURO-TOQUES ITALIA

SOCI A QUOTA 300
IN SQUADRA ANCHE BARTOLINI E PEPE

Convivialità, lavoro di squadra, valorizzazione del cuoco e delle tradizioni in cucina: da sempre Euro-Toques difende valori come questi, condivisi da tutta la categoria. E in occasione della serata conviviale organizzata lo scorso dicembre a Villa Eubea a Pozzuoli (Na) in collaborazione con Aspi, il presidente Enrico Derflingher ha annunciato con orgoglio la crescita dell'associazione.

Il numero degli associati è in costante aumento. Solo considerando i cuochi presenti nelle varie edizioni della Guida Euro-Toques (alcuni non vi compaiono, ma sono comunque membri dell'associazione) i 168 del 2016 sono diventati 211 nel 2017/2018 e 242 nel 2019. E sono 62, di cui 6 donne, gli chef che entrano nella nuova Guida 2020, che sarà pubblicata quest'anno. Il totale arriva così a 300. Tra questi ci sono **Enrico Bartolini**, neo tristellato Michelin (tutti e 12 i cuochi tristellati italiani sono membri dell'associazione), Antonio Guida e Philippe Léveillé, entrambi con 2 stelle Michelin, e poi Viviana Varese, Antonello Sardi e Francesco Apreda, 1 stella ciascuno.



Ma c'è anche una 63ª new entry: si tratta di **Franco Pepe**, il pizzaiolo più premiato d'Italia. Il suo ingresso segna un cambio di passo quasi dovuto da parte di Euro-Toques, che tutela e promuove tutti i professionisti della cucina. La pizza è parte della tradizione a tavola del Belpaese, ed Euro-Toques (al contrario della Michelin) ha voluto quindi valorizzare la professione, aprendo le porte ai grandi pizzaioli italiani. Ricordiamo infatti che proprio Euro-Toques ha sostenuto in prima linea la candidatura dell'Arte dei Pizzaiuoli Napoletani a Patrimonio Unesco, voluta dall'ex ministro Alfonso Pecoraro Scanio. cod 64433







OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

LA CUCINA INDIMENTICABILE DELLA FAMIGLIA IACCARINO



di ***Toni Sàrcina***
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

La giornata conclusiva del convegno dei Condorns Bleus in Campania, svoltosi sul finire dello scorso anno, si è chiusa con una cena di gala in uno dei luoghi più belli di tutta la ristorazione italiana, il celeberrimo "Don Alfonso 1890" a Sant'Agata sui Due Golfi (Na). Qualche anno fa l'intera struttura, anche se già bellissima, è stata sottoposta ad un'attenta opera di trasformazione. Ciò che stupisce piacevolmente di questo restyling è che nulla appare "nuovo" e l'atmosfera è quella di una grande casa patrizia d'altri tempi. Tutto è stato creato da un vero "poker d'assi", la famiglia Iaccarino: Alfonso, capofamiglia e chef-patron, la moglie Livia e i figli Mario, in sala, ed Ernesto, in cucina.

La trasferta campana dei Condorns Bleus si è conclusa in grande stile con la visita al "Don Alfonso 1890", luogo di incredibile fascino, con una cucina che lascia il segno

Siamo stati accolti nella biblioteca da Alfonso, che ha ripercorso la storia della famiglia e delle molteplici attività, comprese quelle all'estero, tutte con il comune denominatore dell'alta qualità, sia delle materie prime (per la gran parte provenienti dall'azienda agricola di famiglia, Le Peracciole, collocata in una sorta di paradiso terrestre a Punta Campanella, di fronte a Capri) sia per le realizzazioni di alto livello professionale.

Dopo l'aperitivo, il gruppo ha visitato la grande e bellissima cucina, in pieno fermento per la cena, la scuola di cucina e, come sorpresa finale, l'incredibile cantina, assolutamente unica per la sua storia, addirittura pre-romana, nella quale sono collocate alcune migliaia di pregevoli vini ma anche, nella parte più antica, un locale per l'affinamento dei formaggi. I visitatori ne sono usciti estasiati.

Tutti a tavola nella grande sala da pranzo. Ogni portata è stata realizzata in modo perfetto. Con gli "Strascinati di nonno Ernesto" ad ogni ospite è stato donato un volume intitolato proprio al piatto e scritto in poesia da Saltovar nel 1902. Al termine della serata, una vera ovazione ha accolto la famiglia con applausi particolari al gruppo di sala. Esperienze di questo tipo non sono così frequenti, ma la performance della famiglia Iaccarino ci fa ben sperare per il futuro della ristorazione di qualità. cod 65096





SOTTO LA TOQUE: RICERCATORE, PURO, DIVULGATORE

GREGORI NALON



di ***Carla Latini***

«La mia purezza culinaria rimane tale dal momento che creo e sono me stesso». È così che ama presentarsi **Gregori Nalon**, considerato dagli addetti ai lavori uno tra i più importanti chef di cucina, conoscitori e comunicatori delle tecnologie e influencer. Si occupa di ricerca e sviluppo, sperimentazione e consulenze per la creazione di ricette e formazione del personale. Collabora con aziende del settore come promotore e divulgatore. Sviluppa ricette e video ricette. È partner di industrie alimentari italiane ed estere. Co-conduttore della trasmissione televisiva Piatti e Misfatti su Alice Tv. Ideatore della figura del "food coach" e artefice della sua nuovissima idea trasformata in professione: il "lean food manager". È socio fondatore di Facecook.it, piattaforma di cucina formativa, comunicativa e social chef.

Fin da piccolo la sua dedizione lo ha guidato passo dopo passo in questo mondo, dando sempre una marcia in più a chi gli stava vicino. Dopo gli studi presso l'istituto alberghiero di Adria (Ro), si dedica alla sua passione. Sempre in prima fila quando si tratta di capire quello che il nuovo propone con interesse e tutto ciò che per altri sembra inutile e superfluo. Numerose le esperienze in Italia e all'estero. Non vuole essere paragonato ad altri. Non ha voluto, infatti, essere affiancato a chef blasonati, soprattutto in tv o sui giornali.

Mai pago di ciò che fa, continua a guardare il futuro cercando di anticipare i momenti che verranno. Ora sta lavorando ad un progetto a dir poco ambizioso e faticoso. Nessuno sa nulla, ma alcune indiscrezioni dicono che è qualcosa che lascerà il segno come novità e come opera di divulgazione di massa della cucina italiana. cod 64471



- ***Da bambino cosa sognavi di diventare?***
Tutto: volevo essere il numero 1 in tutto quello che facevo, dal calcio al ciclismo
- ***Il primo sapore che ti ricordi.***
Più che sapore ricordo la mia prima avventura con la pasta e fagioli: infilavo il ditino dentro al piccolo maccherone
- ***Qual è il senso più importante?***
L'intuito
- ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
I piatti tradizionali, la base della cucina
- ***Come hai speso il primo stipendio?***
Ho comprato il motorino a 15 anni, dopo la mia prima "stagione"
- ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
Tiramisù, pasta al ragù, pane e mortadella
- ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
Il mio frigo è spesso vuoto, ma non mancano mai le acciughe
- ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Il gelato
- ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
Sono il mio lavoro
- ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
Pollo alla diavola
- ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
Chi sarà dentro ai miei sogni
- ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
Picasso, artista burrascoso, poliedrico e innovativo
- ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
Tutte le canzoni di Vasco Rossi





foto del servizio: Carlo Fico

L'OMAGGIO DI AMPI A FELLINI

Al doppio appuntamento riminese di Sigep e AB Tech Expo, l'Accademia Maestri Pasticceri Italiani ha inaugurato il 2020 insieme a migliaia di operatori del foodservice - 200mila presenze, 33mila buyers internazionali provenienti da 187 Paesi e 1.250 espositori - in una rassegna unica per varietà di tecnologia abbinata a prodotti, ingredienti e concept di locali.

A Rimini è nato Federico Fellini, il noto regista vincitore di 5 premi Oscar. Nei suoi film ricorrono tanti luoghi riminesi, che ritroviamo nei suoi celebri "Amarcord", "I Vitelloni", "La Città delle donne", solo per citarne alcuni. L'edizione 2020 di Sigep ha celebrato, tra i numerosi eventi in programma in tutta Italia, il centenario della nascita di Federico Fellini e il Maestro AMPI Roberto Cantolacqua Ripani ha firmato la torta "Fellini 100", alta oltre 4 metri e mezzo, costata decine di ore di lavoro per la realizzazione e la decorazione. La torta ha trionfato al taglio del nastro durante la cerimonia di apertura alla presenza delle autorità e del Ministro Dario Franceschini ed è stata ammirata in Pastry Arena fino al termine della manifestazione.

Decine le iniziative, i momenti di formazione, i seminari, le dimostrazioni e gli show cooking a cui hanno partecipato i Maestri Pasticcieri AMPI. L'Accademia è stata inoltre coinvolta nel comitato tecnico dei Pastry Events e i Maestri AMPI hanno presidiato la Pastry Arena in qualità di presidenti di giuria, giurati e commissari dei concorsi di pasticceria nazionali e internazionali.

La professionalità e il rigore dei Maestri Iginio Massari (presidente di giuria), Davide Malizia (presidente d'onore) e, in qualità di commissari di gara, Sandro Maritani, Rocco Scutellà e Felice Venanzi hanno consentito il regolare svolgimento delle competizioni nel concorso internazionale The Star of Sugar. Giurati del Campionato italiano di pasticceria



Seniores - valevole per la selezione della Coupe du Monde de la Pâtisserie di Lione 2021 - i Maestri Alessandro Dalmasso (presidente di giuria), Lucca Cantarin, Salvatore Cappello, Gino Fabbri, Fabrizio Fiorani, Armando Lombardi e, come commissari di gara, Francesco Boccia, Fabrizio Donatone ed Emmanuele Forcone. Giurati nel Campionato italiano di pasticceria e cioccolateria Juniores i Maestri AMPI Fabrizio Galla (presidente di giuria), Roberto Rinaldini (coordinatore tecnico), Maurizio Busi, Antonio Campeggio, Gabriele Vannucci, Stefano Zizzola e, come commissari di gara, Giovanni Cavalleri e Riccardo Patalani.

Oltre alle competizioni, i Maestri AMPI hanno partecipato a dimostrazioni di prodotti e attrezzature di nuova generazione, incontri e dibattiti, sono stati testimonial di aziende partner AMPI e di numerosi altri espositori, hanno presentato i loro ultimi libri di pasticceria e sono stati ospiti sia di aziende di arredamento, per lanciare nuovi format espositivi, sia come docenti di scuole di alta formazione professionale.

Alle aziende partner di Accademia Maestri Pasticcieri Italiani presenti in fiera è stata consegnata la targa AMPI come speciale ringraziamento: Cacao Barry e Molino Dallagiovanna, Agrimontana, Artecarta Italia, Cesarin, Club Kavè, Corman Italia, Essse Caffè, Eurovo, Debic, Filicori Zecchini, Irinox, Italia Zuccheri, Italmill, Olitalia, Pavoni Italia, PCB Creation, Staff Ice System, Valrhona Italia, Bravo, Granarolo e il padrone di casa Sigep. cod 64991



foto: Lonati Fotografia

UN ACCADEMICO AL MESE

Felice Venanzi

Nato a Rieti nel 1983, lascia tutto per dedicarsi alla pasticceria e con una forte motivazione inizia la sua gavetta frequentando un corso ad alta specializzazione presso Cast Alimenti e lavorando poi alla pasticceria Picchio di Loreto al fianco del Maestro AMPI Claudio Marcozzi. Dopo una trasferta a Padova presso il Laboratorio di Luigi Biasetto, frequenta vari corsi di specializzazione con i più grandi Maestri e successivamente torna a Roma. Nel 2014 apre, alle spalle del quartiere Coppede, la Pasticceria Gruè. Ammette di avere avuto la grande fortuna di una consulenza del Maestro dei Maestri Iginio Massari, ma è solo la sua bravura che gli consente di superare l'esame di ammissione ad AMPI nel marzo 2019. Giovane e ambizioso, Venanzi da sei anni porta avanti con successo insieme alla compagna Marta un locale di grandi dimensioni, con un'offerta moderna e ricercata. Pasticceria Gruè è infatti una pasticceria di prestigio nella Capitale, in viale Regina Margherita, un locale giovane e moderno dall'aria cosmopolita che trasporta nel mondo esotico e affascinante del cacao. La sapiente scelta degli ingredienti, il rigoroso rispetto delle tradizioni, la frizzante creatività, sono le caratteristiche della pasticceria Gruè.
La costante presenza all'interno dei lavori dei Simposi Tecnici di AMPI e il continuo confronto con i grandi Maestri della pasticceria italiana sono fattori importanti per la crescita umana e professionale di Felice, che trasporta le sue esperienze nella Pasticceria Gruè. È ambizioso e desidera continuare a crescere, sia in termini di prestigio sia aprendo altri punti vendita. Tra i suoi sogni c'è anche quello di vincere un campionato mondiale!





ALICE SIMONETTI

ARTISTA DEL BAR

Alice Simonetti è nata Massa Marittima (Gr), in Maremma. Si diploma come operatrice turistica, sviluppa poi la sua vena artistica studiando cinema, teatro e musica all'Università di Pisa. Pagarsi gli studi, nelle città universitarie, non è una cosa impossibile se si ha voglia di rimboccarsi le maniche. Alice inizia proprio in quel di Pisa a frequentare il mondo dei bar da dietro il bancone. Dalla caffetteria al cocktail bar, passando per la gelateria, si fa le ossa con la moltitudine di prodotti e con la gestione dei bar.

Con il suo ragazzo apre due cocktail bar a San Vincenzo (Li), sfruttando appieno le sue conoscenze e abilità gestionali. Lavorando si rende conto che non basta più quello che fa, alza così l'asticella e studia l'arte della mixology. Frequenta corsi e seminari dei più influenti rappresentanti del settore e si lancia anche nello studio dell'enologia conseguendo l'attestato di terzo livello della Fisar. Oggi Alice lavora al Paradisino Beach Club di San Vincenzo ed è una barlady molto attiva di Abi Professional. «Le associazioni sono un utile viatico per formarsi e affermarsi nel lavoro», spiega. «Dopo l'esperienza con un'altra associazione di categoria, in Toscana ho incontrato dei colleghi di Abi Professional. Con loro ho subito avuto momenti di confronto e dialogo, mi hanno sostenuto e hanno accresciuto la mia professionalità».

«I giovani - aggiunge Alice - hanno bisogno di punti di riferimento professionale e non è più possibile, in un'era mediatica come la nostra, stare lontani dalle associazioni. Consiglio ai giovani di trovarsi un "mentore" che li possa accompagnare lungo la loro carriera ma soprattutto studiare, aggiornarsi ed essere sempre affamati di sapere. Per questo le associazioni di categoria devono impegnarsi a trasmettere ai giovani di oggi questa passione».

Chiediamo ad Alice se ci regala ancora qualche perla di saggezza, magari qualche bella ricetta. Eccoci accontentati. «Nel locale dove attualmente lavoro, propongo spesso una variante dell'amaretto sour con aggiunta di succo di ananas fresco e un barspoon di Sambuca». Alice Simonetti è anche titolare di un altro locale, la Gelateria La Fontana, sempre a San Vincenzo. cod 65132

DiVino

Ricetta che Alice Simonetti ha presentato al 4° concorso interregionale Centro Italia di Abi Professional

Ingredienti: 45 ml DiWine, 15 ml Bitter Campari, 15 ml succo di lime, 10 g zucchero, 5 ml albume, 0,5 g noce moscata.

Finalmente un buon caffè!



Per il tuo ristorante scegli Caffè Cagliari 10+



Non lasciare che i tuoi clienti escano con l'amaro in bocca.
Caffè Cagliari 10+ è il sistema porzionato che ti permette di offrire sempre un caffè perfetto, grazie alla qualità delle miscele Caffè Cagliari e all'esclusiva tecnologia Caffitaly System.

Preparati a ricevere i complimenti anche per il tuo caffè.



Scopri tutti i vantaggi del sistema Caffè Cagliari 10+
e la macchina più adatta al tuo locale.

www.caffecagliari.it/10piu



caffè CAGLIARI



ABBATTERE I CIBI
GARANZIA DI IGIENE E QUALITÀ



di ***Antonio Paolillo***
Tecnologo alimenatere

La conservazione ottimale degli alimenti, sia crudi che cotti, ha sempre rappresentato una sfida per i ristoratori, in modo particolare in occasione di eventi speciali dove il numero dei commensali si concentra in un'unica giornata, a pranzo o a cena (ad esempio banchetti di nozze, comunioni, battesimi),

Oggi si può puntare su nuove tecnologie basate su una refrigerazione rapidissima: è il caso degli abbattitori termici che portano un alimento da alte a basse temperature in poche ore. L'abbattitore diviene, dunque, uno strumento fondamentale per i professionisti della ristorazione

ma anche per la ristorazione collettiva (mensa scolastica o ospedaliera). In questo caso il problema per gli chef è rappresentato dal dover cucinare in largo anticipo le pietanze, specialmente quelle a base di carne o pesce, e la successiva conservazione degli alimenti sino alla loro somministrazione, che può avvenire anche a distanza di diverse ore.

Si pensi ad esempio alla preparazione di una lonza di maiale o uno spezzatino per un numero superiore a 500 clienti: naturalmente le fasi di lavorazione e cottura devono essere programmate in largo anticipo rispetto alla somministrazione, sia per la quantità da cuocere che per i tempi di cottura da rispettare. L'esperienza, ma soprattutto la letteratura scientifica, evidenzia come la proliferazione batterica negli alimenti sia strettamente correlata a due fattori: tempo e temperatura.

Se fino a qualche tempo fa l'unico metodo di conservazione degli alimenti era rappresentato dalla refrigerazione (0-10°C), questo metodo di conservazione non risultava, però, essere efficiente per raggiungere i nostri obiettivi, in quanto il tempo che intercorreva tra la cottura e il raffreddamento era molto lungo, ma soprattutto perché l'alimento doveva essere consumato nel più breve tempo possibile (24-48 ore). Il problema della refrigerazione è inoltre rappresentato dal fatto che è sconveniente inserire una pietanza calda nel frigorifero poiché oltre a danneggiarlo fa registrare anche un enorme consumo di energia con risvolti negativi per l'ambiente.

L'abbattimento è il processo che sottrae calore a un prodotto appena cotto (80-85°C al cuore) fino a fargli raggiungere una temperatura ottimale per la conservazione (+3°C al cuore) in un arco di tempo che va dai 90 ai 120 minuti. Come sappiamo ogni alimento contiene in sé una carica microbica che in condizioni ambientali favorevoli si moltiplica aumentando il pericolo di contrarre intossicazioni alimentari: il calore è lo strumento che permette di distruggerla, mentre il freddo ne impedisce la proliferazione.

L'abbattitore diviene, dunque, uno strumento fondamentale per i professionisti della ristorazione. Ciò che caratterizza l'operazione di abbattimento rispetto alle altre tipologie di conservazione è rappresentato dalla possibilità di poter conservare a +3°C il prodotto anche per 5 giorni, per poi fare rinvenire l'alimento da +3°C a +65°C un'ora prima della somministrazione. Esiste anche la possibilità di abbassare ulteriormente le temperature sino a -18°C: è il caso dell'abbattimento-congelamento, che prevede una significativa riduzione della temperatura da +70°C a -18°C in circa 240 minuti, il prodotto potrà così essere conservato a -20°C per un lungo periodo di tempo.

Questo impiego è importante per gli operatori del settore alimentare che lavorano con la metodologia Cook&Chill, che prevede un particolare tipo di legame refrigerato per il quale, al termine della cottura, gli alimenti subiscono un rapido raffreddamento con lo scopo di salvaguardare non soltanto gli aspetti organolettici ma anche e soprattutto il rallentamento del processo di proliferazione di agenti patogeni. Nell'abbattitore l'effetto refrigerante è introdotto in maniera rapida e costante con un simultaneo scambio d'aria e prelievo di calore: quest'ultimo viene sottratto all'alimento ed eliminato dal sistema, così che si proceda sempre verso una situazione di temperatura negativa.



La prestazione delle macchine deve essere la più efficace ed efficiente possibile, ad esse è richiesta la capacità di erogare un'elevata potenza frigorifera nel minor tempo possibile, che possa soddisfare anche le esigenze dell'operatore. L'abbattitore è comparso sul mercato delle attrezzature da lavoro proprio per queste sue caratteristiche e ne esistono di due tipi: abbattitori termici monostadio e abbattitori termici bistadio.

L'abbattitore termico monostadio ha due funzionalità che lo caratterizzano: la tipologia con abbattimento ad aria "soft" e la tipologia con abbattimento ad aria "hard". La prima è utilizzata specialmente per prodotti vegetali e della pesca, ma largo impiego lo si trova anche in pasticceria. Le temperature raggiunte sono comprese tra +2°C e +3°C. L'impiego di aria hard è invece più indicata per prodotti a base di carne o grassi. Il funzionamento degli abbattitori ad aria hard è uguale a quello degli abbattitori ad aria soft, la differenza sostanziale è rappresentata dal fatto che si può operare in più cicli di lavorazione a temperature molto basse -30°C/-40°C al massimo in 4 ore di tempo. L'impiego di questa tecnologia nei prodotti vegetali è molto vantaggioso perché non permette, visti i tempi rapidi di surgelazione, la formazione di cristalli di ghiaccio che potrebbero compromettere l'aspetto cellulare dei vegetali.

Per quanto riguarda l'abbattitore termico bistadio sappiamo che esso trova largo impiego in aziende che producono alimenti surgelati da rivendere alla Gdo. È il caso ad esempio di prodotti surgelati quali pesce, frutta e verdura, ma anche prodotti da forno e semilavorati come pizze e prodotti della gastronomia.

Gli unici settori che non registrano oggi significativi dati economici negativi sono la gastronomia e la ristorazione. Anche le new entry nel food italiano (per esempio il sushi) costringono i ristoratori ad avvalersi di macchine e attrezzature che garantiscano la completa igiene dei prodotti alimentari. L'abbattitore termico è uno strumento sul quale anche la comunità europea in materia di sicurezza alimentare ha posto molta attenzione, tanto da renderlo obbligatorio per alcune tipologie di preparazioni. cod 64557



CONSIGLIO DELL'ORDINE NAZIONALE DEI TECNOLOGI ALIMENTARI

Per informazioni: www.tecnologialimentari.it



CAMERIERE 100% FORMAZIONE FIRMATA IFSE

La Scuola di alta cucina e pasticceria ha stretto un accordo con Gabriele Bianchi, Miglior cameriere under 30 d'Italia di Emergente Sala

«Avete dei bravi ragazzi per la Sala? Vorrei assumere ma non trovo!». Questa è una frase sentita centinaia di volte. Partiamo dallo sfatare lo stereotipo per cui il cameriere è quello che porta i piatti: il personale di sala gioca, infatti, un ruolo cruciale nel mondo della ristorazione, a cui è affidato il compito di soddisfare il cliente, creare la giusta atmosfera, ma soprattutto fare la differenza. Un lavoro mediocre della cucina può spesso essere svoltato da un ottimo servizio di sala, ma, per contro, un servizio di sala mediocre rischia di vanificare un eccellente lavoro della cucina. Il futuro della ristorazione non è quindi solo legato alla cucina, ma anche alla sala, un elemento di valore per qualsiasi locale, su cui sempre di più si sta puntando.

Quello del cameriere è un lavoro complesso, fatto di psicologia nel capire subito il cliente e gestirlo in maniera adeguata, di tecnica, di conoscenza dei prodotti e molto altro. Al cameriere è affidato il compito di far vivere all'ospite un'esperienza e di essere il vero punto di contatto tra locale e ospite. Il cameriere rispecchia l'immagine del locale, ne deve rappresentare i valori e la filosofia facendo vivere un'esperienza unica capace di rimanere nella mente del cliente e fidelizzarlo.

Le responsabilità affidatagli è quindi davvero grande, di qui la necessità sempre crescente di inserire persone formate e qualificate che possano svolgere questo importante ruolo in maniere adeguata e soprattutto consapevole. L'ospite è sempre più interessato a conoscere le pietanze, gli abbinamenti con i vini, a de-

gustare nuovi prodotti, a comprendere le caratteristiche degli stessi e di conseguenza il cameriere deve essere pronto e qualificato nel suggerire, consigliare e spiegare al cliente.

Nonostante l'oggettiva marcata importanza di questa figura le difficoltà che si hanno a reperire personale di sala sono concrete e l'esigenza da parte del mondo della ristorazione di persone qualificate apre nuove opportunità per i giovani che hanno voglia di imparare, inserirsi nel mondo del lavoro e crescere professionalmente. Per cogliere tali opportunità la parola d'ordine è una sola: formazione e qui entra in campo ancora una volta uno dei punti di riferimento del settore in ambito nazionale e internazionale, la Scuola di Alta Cucina e Pasticceria Ifse di Piobesi Torinese. Recente la notizia della firma di un accordo tra Ifse e Gabriele Bianchi per un nuovissimo progetto formativo dedicato alla sala.

Gabriele Bianchi è il neo vincitore del premio Miglior Cameriere under 30 d'Italia di Emergente Sala, concorso nazionale volto a valorizzare e premiare i migliori giovani professionisti di sala e anche l'ideatore del Progetto "Rivoluzione Sala". Gabriele, chef de rang a Villa Crespi, classe 1995, toscano, ha al sua attivo esperienze importanti presso l'enoteca Pinchiorri a Firenze, al Ristorante la Pineta a Marina di Bibbona, al ristorante Da Vittorio e al Carlton Hotel di St. Moritz.

Ifse e Gabriele Bianchi con Rivoluzione Sala saranno quindi legati in questo nuovo progetto in cui l'esperienza in ambito formazione di Ifse e il talento e le competenze di Bianchi si uniranno in una collaborazione sinergica di altissimo livello volta a realizzare un percorso formativo nuovo, quasi di rottura rispetto all'attuale offerta formativa nazionale. La prima edizione prenderà il via la prossima primavera: frequenza full time e tanta pratica previste per le classi di studenti con simulazioni e esercitazioni sul campo per preparare in maniera efficace i ragazzi che si formeranno anche su argomenti legati all'enologia e alla caffetteria. Non mancherà anche la teoria legata alla conoscenza dei prodotti, alla merceologia e molto altro, per delle figure con una conoscenza a tuttotondo capaci di guidare il cliente attraverso una vera e propria esperienza. Al percorso in istituto seguirà una fase di stage per mettersi alla prova sul campo nei migliori ristoranti d'Italia.

Tra i docenti figura lo stesso Gabriele Bianchi che guiderà e valuterà i partecipanti durante il corso; oltre a lui, già confermata la presenza di maître di importanti ristoranti italiani e specialisti di altissimo livello, oltre a giornalisti di settore che metteranno a disposizione le proprie competenze in un corso che vuole creare i veri professionisti della sala di domani, Camerieri 100%.

«Abbiamo voluto legarci ad un giovane talento che potesse in qualche modo ispirare i giovani - ha detto il direttore generale Ifse **Raffaele Trovato** - Gabriele Bianchi ha la giusta motivazione ed entusiasmo e siamo lieti di unire le forze in questo progetto tutto nuovo volto a dare un'opportunità ai giovani in un ambito con un fortissimo potenziale data la grande richiesta di personale formato emersa dialogando con i ristoratori». A giorni è prevista la pubblicazione ufficiale del corso e l'apertura delle iscrizioni sul sito ufficiale di Ifse.

cod 64996

Per informazioni: **www.ifse.it**



Raffaele Trovato e Gabriele Bianchi



TORTINO CON RADICCHIO E PINOT GRIGIO
INCONTRO DI SAPORI TRENTINI

Il Pinot Grigio Musivum 2016 di Mezzacorona esalta i sapori complessi del "Tortino di pasta brisé al mais, ripieno con radicchio tardivo, Trentingrana Dop e semi di chia" dello chef Stefano Goller

Il Gruppo Mezzacorona gestisce 2.800 ettari di vigneto in Trentino Alto Adige, grazie anche all'apporto delle cantine partner di Salorno e di Ala, mentre altri 1.000 ettari circa, di cui oltre 700 vitati, sono coltivati in Sicilia nelle aziende agricole di proprietà Solsicano e Villa Albius. Il Gruppo è oggi una realtà composita che segue tutta la filiera produttiva, dalla campagna fino al consumatore. A monte una struttura capace di oltre 750mila hl, 1.200 vasi vinari in acciaio inossidabile, 50 grandi botti in legno per l'invecchiamento di alcuni vini, 6.600 barriques per l'affinamento.

In questo contesto è nato il progetto Musivum, percorso di valorizzazione del territorio grazie alle etichette di una linea premium. Avviato con la vendemmia 2015, vede coinvolti viticoltori e vigneti distribuiti in tutte le aree viticole del Trentino, circa 15 ettari selezionati vigna per vigna per ottenere unicità e tipicità. Gli enologi del Gruppo decidono ogni anno se e quale partita merita di essere messa in bottiglia.

Il Pinot Grigio Musivum Trentino Superiore Doc "Vicinia" 2016 (13% vol.) nasce in una sottozona nel comune di Mezzocorona (Tn). Le uve vengono raccolte a mano, selezionando ogni singolo grappolo, nelle prime ore del giorno per preservarne la freschezza. Sono quindi trasportate in cantina in contenitori forati per garantirne fragranza e integrità. Qui vengono sottoposte a pressatura soffice per ottenere un mosto fiore al quale si fa seguire una decantazione naturale che avviene con lieviti selezionati a temperatura controllata di 18°C nei serbatoi in acciaio inox studiati per Musivum. Il 50% del volume completa l'ultimo terzo della fermentazione nella barricaia in botti di rovere di secondo passaggio da 50 hl, dove rimane anche per la fase di affinamento. L'altra metà ultima la fermentazione in acciaio, dove prosegue con la fase di affinamento sui lieviti.

Di colore giallo paglierino carico, è un vino complesso, fragrante e persistente. Luminoso e intenso, al naso è elegante, variegato e largo. Seducente la fusione di aromi di frutta bianca matura, pera e pesca bianca, integrati in note di agrumi essiccati al sole, camomilla, cirmolo e miele di rododendro. Il sentore di uvaspina di montagna è completato dalle note speziate di mandorla e noce. All'assaggio è ricco, cremoso, armonico. Un vino elegante e deciso. Nell'annata 2016 sono state prodotte 4.500 bottiglie numerate. Perfetto l'abbinamento con il "Tortino di pasta brisé al mais, ripieno con radicchio tardivo, Trentingrana Dop e semi di chia" di Stefano Goller, presidente dell'Associazione Cuochi Trentini. cod 64418





Tortino di pasta brisé al mais con radicchio tardivo, Trentingrana Dop e semi di chia con fonduta di formaggi di malga

*Ricetta dello chef **Stefano Goller**, presidente dell'Associazione Cuochi Trentini*

Ingredienti (per 4 persone): 160 g pasta brisé al mais, 140 g radicchio tardivo, 120 g panna da cucina, 80 g Trentingrana Dop, 20 g scalogno, 10 g semi di chia, 2 uova, 1 tuorlo d'uovo, fonduta di formaggi di malga q.b., sale e pepe di macinino q.b.

Per la pasta brisé al mais: 100 g farina di mais fioretto, 100 g burro a pomata, 70 g farina bianca 0, circa 40 g latte intero, 1 uovo intero, 3 g sale fino

Per la fonduta di formaggi di malga: 300 g latte intero, 100 g formaggi di malga, 30 g burro nostrano, 30 g farina bianca, sale fino q.b.

Preparazione: per prima cosa, lavare e tagliare il radicchio a piccoli pezzi, spadellarlo con dello scalogno e un filo d'olio e insaporire con sale e pepe. Posizionare le uova e il tuorlo in una bacinella, aggiungervi il Trentingrana grattugiato, la panna e i semi di chia, frustare il tutto finché risulterà un impasto omogeneo. Stendere la pasta brisé ad uno spessore fine, ricoprire gli stampi precedentemente imburrati con la pasta, adagiarvi il radicchio stufato e l'impasto fatto in precedenza. Cuocere in forno preriscaldato a 175°C per circa 12-14 minuti. A cottura ultimata, togliere dal forno, sformare le tartellette e tagliarle a metà. Servire con la fonduta di formaggi di malga.

Per la pasta brisé al mais: setacciare la farina bianca, aggiungere il fioretto, il burro a pomata, il latte e il sale fino. Lavorare velocemente così da non surriscaldare troppo l'impasto. Prima di utilizzarlo, farlo riposare in frigorifero almeno un'oretta.

Per la fonduta di formaggi di malga: posizionare in un pentolino il burro e farlo sciogliere su una fonte di calore. Aggiungere il sale e la farina setacciata, cuocere qualche minuto, aggiungere il latte bollente e continuare la cottura. A cottura ultimata, togliere dalla fonte di calore e aggiungere il formaggio di malga tagliato a piccoli pezzi così da farlo sciogliere in breve tempo. Per ultimo aggiustare di sapore con sale e pepe di macinino.

TRENTINO DOC SUPERIORE PINOT GRIGIO

MUSIVUM 2016

La zona di produzione del Pinot Grigio Musivum Vicinia è nel comune di Mezzocorona. Zona di coltivazione classicamente votata per questa varietà. La produzione parte con una vendemmia leggermente ritardata, con la selezione in campo di ogni singolo grappolo.
Dal colore giallo paglierino carico, è un vino complesso, fragrante e persistente. Seduce con una fusione di aromi di frutta bianca perfettamente matura, integrati in note di agrumi essiccati al sole, camomilla, cirmolo e miele di rododendro. Ricco al palato, offre una piacevole armonia tra sapidità e suadente acidità.



Gruppo Mezzacorona
via del Teroldego 1/E - 38016
Mezzocorona (Tn) - Tel 0461 616399
www.gruppomezzacorona.it

MISE EN PLACE
LESS IS MORE





di ***Gabriele Ancona***



Facciamo un'analisi concettuale. La mise en place, più che uno status, una realtà definita della tavola, è una dimensione che dovrebbe essere in divenire, articolandosi nell'ambito del servizio nel corso del suo sviluppo. Abbiamo utilizzato il condizionale perché, nella pratica, le esigenze operative quasi sempre prediligono lo schema: piatto (con o senza sottopiatto), posate, tovagliolo, calici. «La regola aurea - ricorda **Valerio Beltrami**, presidente di Amira, Associazione maîtres italiani ristoranti e alberghi - vorrebbe un'impostazione della tavola essenziale: sottopiatto con tovagliolo adagiato, posate di base e bicchiere per l'acqua. Una mise en place che si struttura in seguito alle scelte enogastronomiche dell'ospite».

La visione di Beltrami non fa una piega, ma spesso la ristorazione, anche di alto livello, si muove per sottrazione piuttosto che per addizione di elementi, per comodità e per non intasare la sala di addetti che vanno e vengono con servizi di stoviglie su misura per ogni comanda. «Oggi - aggiunge Beltrami - la mise en place è molto creativa, personalizzata sia sotto il profilo della messa in opera sia sotto quello cromatico. La coreografia fa tendenza. L'addetto di sala deve però conoscere a menadito le regole di base e usare il buon senso. Vi sono tovaglioli meravigliosi che vengono troppo manipolati in ossequio a una sorta di architettura tessile. Molto meglio una semplice piega, a tutela dell'igiene. La semplicità paga sempre e la mise en place perfetta è un'accoglienza fatta di sorrisi e competenza». Una dimensione artistica della ristorazione che non va improvvisata o sottovalutata.

Tovagliati, piatti, posate, calici, luci e accessori sono elementi che danno vita a un ambiente definito, unico. Un complesso di attenzioni che gratifica, rilassa e stimola le aspettative. Comunica l'identità del locale e accoglie l'ospite sollecitandone il senso estetico e avviando un percorso emotivo che è preludio dei sapori

Italia a Tavola ha voluto tastare il polso del mercato, raccogliendo i pensieri e le visioni di chi ne intercetta le tendenze, per poi offrire ai professionisti dell'Horeca gli strumenti per allestire una mise en place in armonia con le singole esigenze.

«Per quanto riguarda la ristorazione alla carta e quella degli hotel a 4 o 5 stelle - spiega **Carlo Scalabrini**, amministratore delegato di Chs Group - la mise en place è in linea con la filosofia del locale. Dove c'è fantasia in cucina, anche in sala c'è ricerca nelle finiture, nelle forme, nei colori; un arredo della tavola variegato, che predilige un supporto di qualsiasi misura, foggia, cromatismo. Attualmente sono richieste forme e finiture dal sapore "organico". Funziona l'effetto cemento, piuttosto che quello metallico o ghisa. Si ricerca una personalizzazione particolare, che sappia di unicità».

L'allestimento della tavola va studiato a fondo, analizzando e combinando fra loro i numerosi fattori che lo rendono un valore aggiunto. «Tra i nostri punti di forza - sottolinea **Andrea Balotelli**, responsabile commerciale di Mepra - c'è la realizzazione di linee tailor-made. Ogni cliente chiede esclusività, vuole essere differente. E noi ci impegniamo per offrire la possibilità di creare la sua tavola, le sue posate, con progetti su misura, collaboran- ➡

POSATA MODELLO SOLE FINITURA CUSTOM MADE PER RISTORANTE CRACCO MILANO | MEPRA

do anche con studi di architettura per coordinare un'uniformità di colori e di stili. In questo periodo stiamo constatando un ritorno al classico, ma senza troppi fronzoli. Semplicità nel design e praticità vanno in parallelo al recupero di forme e stampi anche anni '50, ma attualizzati. Il fine ultimo, e i ristoratori lo sanno, è comunque offrire un servizio all'ospite, il quale si deve sempre sentire a proprio agio».

Il cliente del ristorante rappresenta quindi il centro di gravità dell'offerta. «Una tavola ben apparecchiata non è solo un piacere per la vista - fa notare **Antonella Giupponi**, responsabile amministrazione e finanza di Ros - ma un corollario prezioso per esaltare una portata, degustare un buon vino e lasciarsi andare a una conversazione gradevole. Non esistono regole predefinite, ma un unico filo conduttore: a tavola bisogna sentirsi a proprio agio. Prima di apparecchiare, il ristoratore si deve porre alcune domande: "Che anima voglio dare all'allestimento? Che esperienza voglio far vivere ai miei ospiti? Che atmosfere voglio evocare?". Una volta trovate le



REVOL | ROS

risposte, la scelta dei complementi per vestire la tavola è semplice».

La mise en place richiede infatti anche un approccio strategico che metta in gioco sia lo stile architettonico e l'ubicazione del ristorante sia la linea di cucina e la filosofia di cantina. Prima di assecondare mode o tendenze, va quindi verificato che siano compatibili con il dna



del locale. Un mosaico policromo, che va saputo comporre tassello per tassello. «Nelle posate, nei piatti e nei bicchieri di Alessi - evidenzia il presidente **Alberto Alessi** - si ritrova il meglio che il design contemporaneo ha saputo esprimere negli ultimi anni. Abbiamo offerto l'esplorazione dei mondi della porcellana, del vetro e del metallo a una straordinaria varietà di autori. Questa attività di progettazione si è svolta in un ambito di prodotti antichissimo, che risale ai primordi della civiltà umana: quanto è vecchio il prodotto piatto in cui mangiamo o il prodotto bicchiere in cui beviamo? Alcune migliaia di anni. E questo vuol dire che le tipologie in questione, così ➡

come sono giunte a noi, sono il risultato di un minuzioso lavoro di affinamento progressivo svolto nel corso dei secoli da qualche centinaio di generazioni di "designer", per lo più anonimi. Sono cioè prodotti estremamente maturi, il cui ciclo di evoluzione ha raggiunto una fase molto avanzata e dai quali non ci si deve aspettare grandi mutamenti. L'innovazione del progetto, insomma, si gioca molto sui dettagli, su qualità delicate ben difficili da raggiungere. Per il futuro ci aspettiamo di procedere nella stessa direzione».

La concezione della tavola oggi vive un momento di gratificante maturità, conquistata negli anni. Un divenire che però continua a ramificarsi, come ricorda **Stefano Alfonso**, ceo di Fsg Italia: «L'evolversi della cucina, delle abitudini alimentari e della fruizione dei pasti caratterizza l'evoluzione della stessa tavola, negli spazi così come nei materiali e nella comunicazione. Le parole d'ordine sono identità, esperienza e condivisione. Con il brand Steelite International siamo stati in grado di interpretare questi cambiamenti e, in un certo qual modo, di condizionarli. Il tutto con lo sviluppo di linee smaltate a mano, con smalti reattivi in grado di creare pezzi unici, e con la possibilità di utilizzare più materiali: dalla porcellana al vetro, dalla melamina al legno. Senza però perdere di vista l'eleganza e la versatilità del piatto bianco. L'abilità del "mix and match" consente di esaltare l'esperienza, di renderla emozionante e quindi di volerla condividere sui social, con gli amici e con i familiari. A vantaggio di tutti».

Emozione, esperienza, abitudini che cambiano e si modellano sui nuovi stili di vita sono elementi chiave per studiare le coordinate di un allestimento della tavola "up to date". «Ritorno al rustico, sfarzo barocco, decori etnici, forme dal design a volte essenziale, a volte estremo: l'importante, nella mise en place contemporanea, è emozionare - assicura **Federico Saglio**, sales manager Royale - ma prima ancora saper dare vita a un'esperienza. La routine e la globalizzazione hanno cambiato le abitudini alimentari e il nostro modo di intendere la cucina; per questo, oggi più che mai, sentiamo l'esigenza di dare un'identità forte e un'impronta artistica ai nostri piatti, come a voler restituire importanza al rapporto stesso con il cibo».



INK LEGACY BLUE
VESUVIUS LAPIS
FSG ITALIA

«Forma, materiale, peso, finitura e colore - rileva **Francesco Zani**, direttore generale SchönhuberFranchi - sono alcuni degli aspetti che vengono valu-



tati nella scelta dell'apparecchiatura della tavola, sempre più al centro di studi ergonomici e di design per rispondere a esigenze e stili diversi. Una semplice mise en place può essere valorizzata grazie all'utilizzo di accessori dalla forte personalità. Il modo di concepire e allestire la tavola è in continua evoluzione; può essere ispirata alla natura e al suo equilibrio, può seguire forme armoniche, classiche, essenziali o contemporanee, ma l'idea fondamentale alla base dell'apparecchiatura è la nota distintiva e personale che è in grado di trasmettere. Quello su cui SchönhuberFranchi ama riflettere è la creazione di una tavola contemporanea dove creatività, caratteristiche estetiche e funzionalità sono i protagonisti principali. L'obiettivo è quello di permettere ai

LUNCH LAYERS
DESIGN ANDREA CASTRIGNANO
SCHÖNHUBERFRANCHI


SUMISURA, AZIONI COLLECTION | ROYALE

nostri clienti di esprimere se stessi, soddisfare le proprie esigenze, affermando la propria personalità. SchönhuberFranchi è in grado di creare mise en place ad alto tasso di personalizzazione e il punto d'avvio del progetto "custom made" è il dialogo con l'architetto e il cliente». cod 65126





SHOW ROOM E PRODOTTI SU MISURA GLI ASSI DI CHS GROUP



Il 2019 per Chs Group, azienda di Soresina (Cr) specializzata nel settore delle forniture professionali per l'universo Horeca, è stato un anno importante, all'insegna di un ottimo trend di crescita. Ma non solo. Il fondatore e amministratore delegato **Carlo Scalabrini** ha traghettato la sua azienda nell'orbita di E.CF, gruppo francese con sede a Grigny di rilevanza internazionale nella distribuzione di articoli per la ristorazione professionale, presente con 28 filiali in altrettanti Paesi, dalla Gran Bretagna all'Australia. «Ho sviluppato e guidato Chs Group a partire dal 1999 e dopo 20 anni è stato giusto cambiare il passo e coltivare una visione ancor più allargata, globale», spiega Scalabrini. In quest'ottica l'osmosi con il socio di maggioranza in merito all'aggiornamento riguardo ai prodotti e alle tendenze del settore dell'accoglienza internazionale conferisce un nuovo e ampio respiro.

Un respiro più profondo e sincronico, in quanto Chs Group è sempre stata una realtà che ha saputo guardare oltre, anticipando o intercettando le tendenze. Lo conferma l'apertura costante e capillare di diversi show room lungo tutta la penisola: Milano, Torino, Brescia, Rimini, Padova. «Nel corso

dell'anno se ne aggiungerà un settimo nel nord Italia», afferma Scalabrini. «Gli show room sono un nostro asset fondamentale che ci permette di essere vicini ai clienti, che in questo modo possono toccare con mano le referenze e non immaginarle con il rischio di avere false aspettative. Per questo motivo i nostri cataloghi non sono abilitati all'acquisto online».



Negli show room di Chs Group, presenti lungo tutta la penisola, i consulenti svolgono l'importante compito di assistere i clienti nelle loro scelte, offrendo un servizio a tutto tondo per il mondo Horeca

Lo spazio espositivo diventa dinamico grazie all'apporto dei consulenti, figure di primo piano nella rigorosa politica di servizio alla clientela di Chs Group. «Una squadra che nel 2020 intendiamo rinforzare - sottolinea Scalabrini - perché siamo convinti che sia una formula vincente. Il fattore umano è indispensabile per spiegare e consigliare il prodotto migliore in base alle esigenze della nostra clientela. Abbiamo 15mila referenze a catalogo e un esperto in loco è fondamentale per essere di aiuto e chiarire le idee rispetto a un acquisto consapevole».

La filosofia a elevato valore aggiunto di Chs Group prevede anche la ricerca di prodotti "fuori catalogo" per offrire un servizio a tutto tondo ai professionisti dell'Horeca. «Abbiamo previsto un ufficio dedicato alla ricerca e fornitura di prodotti e soluzioni che di solito non fanno parte della nostra offerta. Chi sceglie un nostro show room deve tornare a casa soddisfatto, con ogni "desiderata" appagato», dice l'amministratore delegato. A monte una partnership con i migliori brand del mercato, oggi con una visione ancor più globale, una rinnovata divisione grafica formata da 3 persone che affianca gli operatori che richiedono prodotti personalizzati, un catalogo sempre più ricco di soluzioni e una logistica efficiente a garanzia di approvvigionamenti precisi e puntuali.

Il 2020 vedrà la creazione di nuovi cataloghi, nati in sinergia con i partner del Gruppo E.CF. Soluzioni ad ampio raggio, ma sempre ad alto contenuto di servizio. «La nostra filosofia, che da decenni ci vede, curiosi e attenti, dar vita a un lavoro di squadra intenso e organizzato, è immutata. Abbiamo solo le spalle più larghe, a vantaggio di un "business model" ancora più vincente», conclude Scalabrini.

cod 64967

Chs Group
via Marzabotto 16 - 26015 Soresina (Cr) - Tel 0374 340513
www.chsgroup.it







FSG ITALIA

SOLUZIONI INNOVATIVE PER RISTORAZIONE E HOTELLERIE

La FSG Italia (Food Service Group) nasce nel 1997 con l'obiettivo di recitare un ruolo da protagonista come promotore e intermediario nella filiera della ristorazione professionale. Nel corso degli anni ha investito fortemente su qualità, innovazione e affidabilità per servire e soddisfare i clienti e i produttori nel settore delle forniture alberghiere e della ristorazione, curando la distribuzione, gli aspetti amministrativi, logistici e formativi. Non solo, svolge una continua ricerca legata alla volontà di offrire nuove soluzioni ad ogni tipo di mercato: dalle mense scolastiche agli hotel di lusso, dalle catene di ristoranti al locale stellato.

La FSG Italia si presenta come "ufficio commerciale Italia" per i più importanti brand della ristorazione internazionale:

- **Cambro** (**www.cambro.com**), primo marchio storico e da sempre punto di riferimento per innovazione e tecnologia
- **Tablecraft** (**www.tablecraft.com**), azienda dal vasto assortimento e con un eccezionale rapporto qualità/prezzo
- **Steelite** (**www.steelite.com**), prestigiosa azienda inglese di porcellana vetrificata
- **WNK** (**www.good-way.com**), produttore di posateria e articoli per la tavola e il buffet in acciaio
- **Rona** (**www.rona.glass**), con i bicchieri in cristallino meccanico e soffiati a bocca
- **Hollowick** (**www.hollowick.com**), con una vasta gamma di lampade e cartucce riscaldanti per chafing dish
- **NCCO** (**www.nationalchecking.com**), leader di settore nelle etichette per la rotazione, la codifica e lo stoccaggio degli alimenti
- **Revol** (**www.revol1768.com**), azienda di porcellana nota per il suo impasto nero, tra le più longeve ed apprezzate d'Europa
- **Mealplak** (**www.mealplak.fr**) con il brevettato Nacryl, un materiale unico. cod 64526

FSG Italia
via Val d'Enza 78 - 42049 Sant'Ilario d'Enza (Re)
Tel 0522 902051
www.fsg-italia.it

ALLUMINIO IN CUCINA SOSTENIBILITÀ E SALUTE





di ***Lucio Tordini***

L'utilizzo dell'alluminio in cucina ha avuto una larghissima diffusione nel Novecento: le prime pentole in alluminio erano già comparse verso la metà dell'Ottocento, ma la produzione si intensificò nel periodo compreso fra le due guerre mondiali. Oggi con l'alluminio sono prodotte le lattine di quasi tutte le bevande, il caffè in casa ce lo facciamo con la classica moka in alluminio e i fogli di alluminio, brevettati nel 1910 dall'ingegnere svizzero Robert Victor Neher, se da sempre sono impiegati per l'imballaggio del cioccolato, oggi sono d'uso comune in cucina, come anche le vaschette contenitrici d'alluminio.

Dopo un iter più che decennale, che ha visto impegnati gli esperti dell'Istituto superiore di sanità (Iss) nel condurre studi e prove sul materiale nelle più varie condizioni di impiego, anche l'alluminio destinato a venire a contatto con gli alimenti è stato assoggettato ad un Regolamento che disciplina la produzione e la vendita, in modo specifico gli imballaggi, i recipienti e gli utensili in alluminio e leghe di alluminio (G.U. n.141 del 21 giugno 2007). Ricadono nell'ambito di applicazione del Regolamento tutti gli oggetti per uso alimentare nei quali l'alluminio è a contatto diretto col cibo: utensili per la cottura (pentole di alluminio nudo, caffettiere), la conservazione (barattoli, vaschette monouso, foglio domestico) o l'imballaggio (foglio sottile, accoppiati multistrato con l'alluminio all'esterno) purché non rivestiti da altro materiale che esplichi un effetto barriera nei confronti del cibo. In Italia l'80% delle pentole per la ristorazione professionale sono di alluminio, da sempre preferito dagli chef per le qualità di cottura e per il rispetto delle tradizioni gastronomiche che costituiscono il vero patrimonio della cucina italiana. Il decreto n.76 del 18 aprile 2007 stabilisce gli obblighi dei produttori e degli utilizzatori industriali e commerciali. Ai primi spetta l'obbligo del controllo della conformità dei prodotti al Regolamento e di far seguire ogni partita consegnata da una propria dichiarazione, in mancanza della quale si dovrà ricorrere ad una dichiarazione rilasciata da un laboratorio pubblico di analisi. I secondi, oltre a verificarne la conformità sulla base della dichiarazione del produttore, saranno tenuti ad accertare l'idoneità tecnologica dei prodotti allo scopo a cui sono destinati e a garantirne la tracciabilità al produttore o al fornitore.

L'alluminio è sicuro per la nostra salute

L'Iss ha di recente pubblicato uno studio che ha visto coinvolte ben 464 preparazioni per avere un riscontro più che realistico su un'eventuale sovraesposizione dell'organismo all'alluminio, elemento che ricordiamo essere il terzo presente in natura dopo ossigeno e

silicio, e comunque presente anche in numerosi cibi.

Gli studi per la tutela della salute dei cittadini prendono sempre in esame gli scenari peggiori a cui si può andare incontro, ma in questo caso si è riscontrato un modesto incremento di alluminio assumibile dall'organismo umano (che viene espulso correttamente dalla funzionalità dei reni) e che comunque non supera il limite settimanale di tolleranza stabilito dall'Efsa (European food safe authority) nel 2008.

Sostanzialmente, se si seguono le raccomandazioni d'uso limitando il contatto con i cibi acidi e salati alla tempistica per la corretta preparazione, non si incorre in alcuna problematica. Unica raccomandazione è limitare la produzione e il consumo di brodi vegetali nella fascia di età al di sotto dei 3 anni, poiché visto il peso esiguo dell'individuo si potrebbe andare oltre i valori settimanali di alluminio consigliati. Ma questo considerando che tutto ciò che entra in contatto con i cibi sia di alluminio, ipotesi molto remota visto che le abitudini di preparazione, conservazione e riscaldamento dei cibi passano anche da altri materiali come la porcellana, il vetro, il pyrex, l'acciaio, ecc.

Da segnalare peraltro che il limite settimanale (denominato Wti, Weekly tolerance intake) fissato dall'Efsa nel 2008 è di 1 mg per ogni kg di peso corporeo; ciò vuol dire che un individuo di 70 kg può ingerire 70 mg di alluminio alla settimana. Questo valore prima del 2008 era di 7 mg/kg peso corporeo: è quindi stato ridotto in forma più che cautelativa di ben sette volte. Altre organizzazioni hanno invece rivisto al rialzo questo limite settimanale, fissandolo a 2 mg/kg peso corporeo. Le organizzazioni che si sono pronunciate favorevolmente sono la Jecfa (Joint expert committee on food additives) e lo Scheer (Scientific committee on health, environmental and emerging risks) e si sono pronunciate a favore nel 2017, cosa che fa ben sperare su un eventuale ritocco al rialzo dei limiti fissati dall'Efsa. Il Jecfa nasce dall'unione di esperti della Fao (l'organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura) e della Oms (Organizzazione mondiale sanità), voci quindi ben più che autorevoli. cod 64957

La tavola e il cibo hanno un forte richiamo sul vasto pubblico. È quindi opportuno fare chiarezza su alcune notizie infondate diffuse in rete relative all'utilizzo in cucina di fogli e contenitori di alluminio

Pentole Agnelli
via Madonna 20 - 24040 Lallio (Bg) - Tel 035 204711
www.pentoleagnelli.it









FRIEDR. DICK
COLTELLI DI QUALITÀ PER LA CUCINA PROFESSIONALE

Fondata a Esslingen, in Germania, nel 1778, Friedr. Dick dopo oltre 240 anni è ancora di proprietà della famiglia fondatrice. Offre una gamma completa di coltelli, acciaini e attrezzature per cuochi e macellai, oltre a insaccatrici e affilatrici per tutte le esigenze. Questo assortimento permette all'azienda di essere il fornitore ideale per la ristorazione e la lavorazione di prodotti alimentari. Tutte le linee del catalogo Friedr. Dick coprono ogni fascia di prezzo e ogni esigenza di mercato: dal prodotto basico fino a coltelli esclusivi e unici, impreziositi da finiture di altissimo livello sia sotto il profilo tecnico che estetico. Friedr. Dick inoltre sostiene l'azione etica nel rispetto ecologico del ciclo di lavorazione, per garantire le condizioni ideali all'uomo e all'ambiente che lo circonda.



Da sempre il nome Friedr. Dick è sinonimo di alta qualità e durata del prodotto. Nella sede di produzione, l'azienda punta sulle più moderne tecnologie ma, dove necessario, anche sulla tradizione e sulla capacità manuale dell'uomo che si tramanda di generazione in generazione. I circa 180 dipendenti seguono il ciclo produttivo dall'inizio alla fine del processo. Sistemi di stoccaggio e spedizione altamente automatizzati permettono un servizio di consegna estremamente efficiente e rapido in tutto il mondo. I prodotti escono dalla fabbrica solo dopo aver superato numerosi test e controlli di qualità ma, nel caso in cui si presentino eventuali difetti di fabbrica, il prodotto viene riparato o sostituito gratuitamente. L'azienda è presente sul mercato italiano con un ufficio e una rete commerciale in grado di soddisfare le esigenze di un mercato complesso e sempre più orientato al servizio. cod 64960

Friedr. Dick Italia
via Pietro Mascagni 2 - 20020 Lainate (Mi) - Tel 02 9373399
www.dick.de/it

RATIONAL, SPAZI RIDOTTI E CUCINA PIÙ SOSTENIBILE

Rational si è fatta notare a Sigep con SelfCookingCenter e VarioCookingCenter, attrezzature che in poco spazio sono in grado di produrre una gamma di prodotti molto importante. Con innumerevoli vantaggi gestionali.

Il valore aggiunto di SelfCookingCenter è notevole: cuoce velocemente, è facile da usare, assicura la qualità dei cibi desiderata facendo risparmiare tempo, denaro ed energia. Azzerati i compiti di controllo e di sorveglianza. E poi imposta da sé temperatura, umidità e tempo di cottura e ne controlla il grado e la doratura.

«Il SelfCookingCenter è l'assistente ideale di cottura per bar, pasticcerie e bistrot - ha spiegato **Antonio Stea**, national corporate chef Rational Italia - tutte quelle realtà che dalla mattina fino alla sera devono cambiare, modificare la propria produzione».

Insieme a VarioCookingCenter rappresenta il 95% di una cucina. Brasiere, bollitori e friggitrici tradizionali occupano molto spazio all'interno delle cucine e spesso hanno consumi elevati. Un apparecchio di cottura multifunzione come il VarioCookingCenter si impone come alternativa a queste applicazioni, anche dal punto di vista della sostenibilità. Consente non solo di risparmiare spazio, ma anche di ridurre i costi della bolletta di acqua ed elettricità e dell'acquisto di materie prime. Il potente sistema di cottura VarioBoost permette inoltre di raggiungere i 200°C in due minuti e mezzo e trasferisce uniformemente il calore dal fondo vasca. cod 64930



TAVOLETTE PAVONI ITALIA POLICARBONATO DA GRANDI FIRME

Pavoni Italia al Salone di Rimini ha presentato un ricco ventaglio di novità. Dai professionisti per i professionisti. Solo per il mondo cioccolato, l'azienda di Susio (Bg) ha proposto un'innovativa serie di forme raffinate di stampi in policarbonato per la preparazione di "chocolate bar" realizzate in collaborazione con Antonio Bachour Best pastry chef Usa, Fabrizio Fiorani Best Asia's pastry chef 2019 e con il vincitore del World chocolate master 2015 Vincent Vallée. Tavolette bivalenti, ideali per la ristorazione e la pasticceria.

Dall'incontro con Antonio Bachour è nato un ampliamento della linea dai toni romantici Lovely.

Oltre allo stampo in silicone per torta in due varianti e a quello per monoporzioni, è stato aggiunto lo stampo in policarbonato per tavolette di cioccolato. Il rapporto con Fabrizio Fiorani ha dato vita a una linea di stampi in policarbonato per tavolette di cioccolato composta da 3 forme caratterizzate da texture fantasiose che riprendono le geometrie della natura.

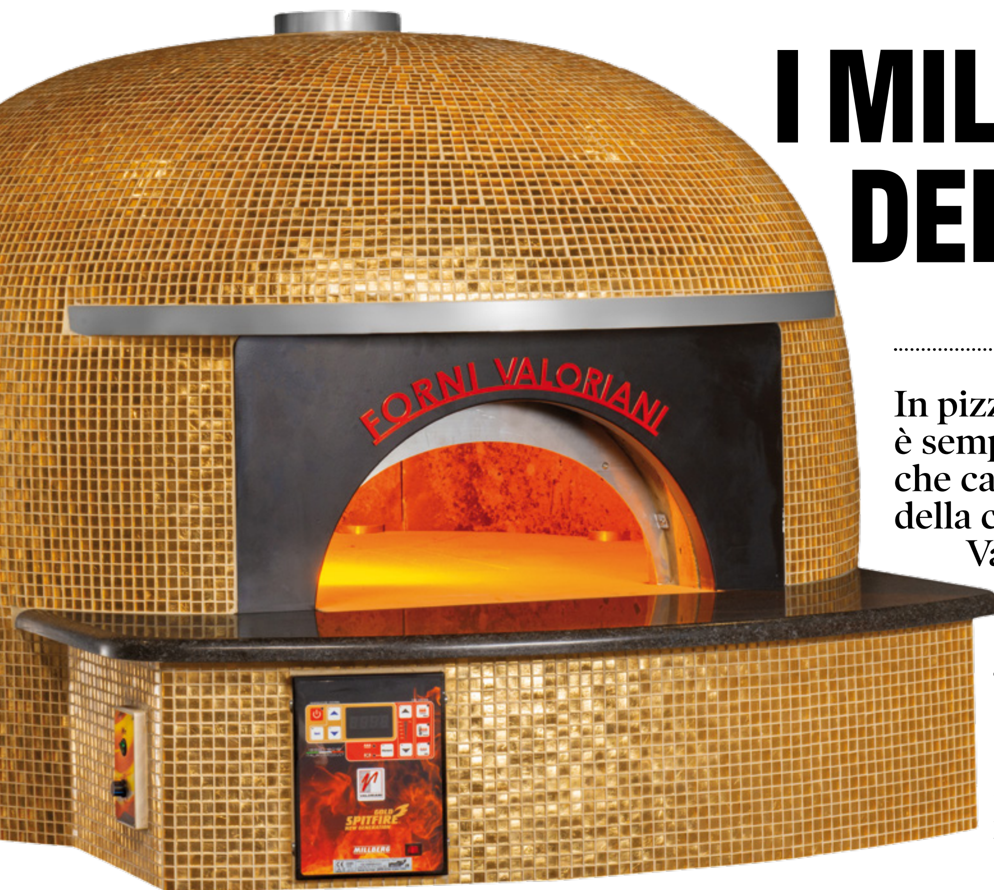
Dalla collaborazione con Vincent Vallée ha preso forma una linea di stampi in policarbonato per tavolette di cioccolato composta da 3 forme originali che traggono ispirazione dal mondo del design. cod 64910





GEL MATIC, GIOTTO 11 RIDUCE TEMPI E COSTI

Gel Matic, realtà bergamasca specializzata nella produzione di macchine per la mantecazione espressa, ha presentato a Sigep una macchina dotata di tecnologie all'avanguardia: Giotto 11. «Con una semplice impostazione - spiega la responsabile marketing **Elena Buglione** - questa macchina è in grado di produrre dal milk-shake all'hard ice-cream con una semplice impostazione. È una macchina che sa pensare e suggerire all'operatore quello che deve fare, passo dopo passo». cod 64894



I MILLE VOLTI DEI FORNI

In pizzeria il forno a vista è sempre più un oggetto che cattura l'attenzione della clientela e la affascina. Valoriani propone svariate soluzioni su misura e adattabili ad ogni tipo di locale

Il forno da pizza è indiscutibilmente il motore principale di qualsiasi pizzeria, è il cuore pulsante dell'attività. È quindi fondamentale sceglierlo con cura, valutare le caratteristiche tecniche, i materiali, i consumi e la produttività. Sempre più però il forno ha una sua importanza anche come oggetto di arredo all'interno della pizzeria e intorno ad esso si costruisce lo stile del locale. Chi non subisce il fascino di un bel forno con fiamma in vista, realizzato quasi su misura, in perfetta armonia con l'ambiente che lo circonda?



Ecco che entrano in gioco le infinite personalizzazioni che un forno può avere. Valoriani realizza alcune di queste direttamente in fase di produzione, ad esempio il rivestimento con mosaico. Esiste una gamma di colori di piastrelle standard ma, fermo restando la verifica della disponibilità del materiale, qualunque colore è applicabile.

Ad ogni modo il cliente finale può sbizzarrire la propria fantasia, trasformando il forno in un'opera d'arte, incaricando un pittore di dipingere sulla volta del forno, come fosse una tela. Se invece lo stile del locale è più moderno e minimal, perché non costruire intorno al forno una struttura di pannelli color acciaio o rame? Un ulteriore dettaglio che fa la differenza è la possibilità da parte di Valoriani di far avere al cliente il suo logo disegnato a mano sulla targa in ceramica posta sopra l'arco.

L'azienda Valoriani è nata come produttrice di materiali refrattari e ceramica. Pur evolvendosi e innovandosi negli anni, non ha perso l'aspetto artigianale e manuale della produzione. Il reparto ceramica offre ancora oggi questa possibilità, così che il forno possa davvero essere cucito sulle esigenze del cliente. Fate diventare il vostro forno la star del vostro locale! cod 64819

Refrattari Valoriani
via Caselli alla Fornace 213 - 50066
Reggello (Fi) - Tel 055 868069
www.valoriani.it





LAVAPAVIMENTI NEUTRO PROFUMATO

IGIENIZZA E TUTELA L'AMBIENTE

Un luogo pulito trasmette un'energica carica di benessere a chi lo frequenta. Una dose di ottimismo unita a un rilassante senso di tranquillità. L'igiene è rassicurante e protettiva; ci fa sentire al sicuro. In un pubblico esercizio dispone subito al sorriso la clientela. La prima impressione, soprattutto in un locale dove si trattano materie prime e si somministrano alimenti, in molti casi si rivela un convincente elemento di fidelizzazione. In un ristorante igiene e accoglienza sono vincenti: hanno il potere di derubricare anche qualche imperfezione in fase di elaborazione della ricetta. Oggi inoltre c'è un ulteriore aspetto che un operatore professionale deve tenere in grande considerazione: l'attenzione all'ambiente, un punto fermo che è diventato prioritario per tutti gli attori di ogni mercato.

Da sempre attenta a tutte queste dinamiche, Amuchina Professional ha messo a punto il Lavapavimenti Neutro Profumato, un detergente liquido che garantisce efficaci performance contro lo sporco, ma con un occhio di riguardo all'ambiente. Disponibile in tanica da 5 litri, vanta infatti una formula eco-friendly che non contiene Edta (acido etilendiamminotetraacetico) né cloro né fosfati, fonti di inquinamento. Grazie alla sua composizione bilanciata, il Lavapavimenti Neutro Profumato Amuchina Professional rimuove efficacemente lo sporco senza intaccare i trattamenti di base e non lascia residui brillantando le superfici trattate.

Profumato al limone, è un prodotto dedicato, studiato per l'igienizzazione e la manutenzione di tutti i tipi di pavimento. Si rivela inoltre un prodotto di utilizzo immediato: è sufficiente diluirne dai 2 ai 4 grammi per litro di acqua in relazione al grado di sporco da trattare e a prescindere dal tipo di lavaggio, manuale o meccanico. In caso di sporco tenace si consiglia di impiegare il Lavapavimenti Neutro Profumato Amuchina Professional puro su una spugna e quindi risciacquare. Igiene e tutela dell'ambiente assicurati. cod 65057

Amuchina Professional
via Vecchia del Pinocchio 22 - 60131 Ancona
Tel 071 809809
www.amuchina.it

100
YEARS DEBIC





DEBIC

100 ANNI INSIEME AI PROFESSIONISTI

Difficile pensare che 100 anni fa Jean Debije, fondatore del brand, aprendo la sua latteria immaginasse che la sua passione per l'arte casearia e la sua dedizione nel fornire ai professionisti del settore prodotti d'eccellenza avrebbero poi dato vita a un marchio centenario, tutt'oggi punto di riferimento per i professionisti della cucina e della pasticceria a livello internazionale.

Una storia lunga un secolo quella di Debic, fatta di importanti traguardi, conseguiti passo dopo passo nel tentativo costante di migliorarsi e offrire prodotti di qualità, capaci di agevolare il lavoro dei professionisti del settore.

Dall'introduzione della panna spray in Europa al lancio sul mercato di Culinaire, la prima panna da cucina professionale, Debic è riuscita a conquistare nel tempo la fiducia di chi lavora in cucina e in laboratorio, senza mai tradirne le aspettative.



Nel 1920 nasceva la Laiterie Debije, oggi conosciuta con il nome Debic, azienda di riferimento nel settore lattiero caseario ad uso professionale. Il 2020 si prospetta un anno ricco di eventi e iniziative



Luca Montersino



Leonardo Di Carlo

Il brand ha deciso di festeggiare in grande l'importante traguardo dei 100 anni con un calendario ricco di iniziative ed eventi speciali che hanno preso il via a Sigep 2020, il palcoscenico ideale per dare inizio alle celebrazioni. L'azienda ha proposto un programma fitto di demo ed eventi, guidati da professionisti del calibro di Giuseppe Gagliardi, Andrea Bonati, Alessandro Comaschi e importanti ospiti come **Leonardo Di Carlo** e Alessandro Borghese.

I festeggiamenti proseguono poi con il lancio, a febbraio, di un concorso a premi annuale: "Scan and win". Sulle confezioni dei prodotti Debic si troverà un codice QR tramite il quale ciascun utente potrà vincere prestigiosi premi. Ogni mese saranno messi in palio un utensile professionale e diverse "Surprise Boxes"; fra tutti coloro che avranno partecipato e vinto, verranno selezionati i migliori che potranno avere in premio una masterclass con Leonardo Di Carlo o **Luca Montersino**.

Una scelta non casuale quella di Leonardo Di Carlo e Luca Montersino: i due Maestri sono stati infatti selezionati come ambassador d'eccezione per questo primo centenario perché da tempo utilizzano quotidianamente i prodotti Debic in laboratorio e in cucina. Leonardo Di Carlo sarà testimonial delle panne tecniche Prima Blanca, Tenutapiù e Panna 35% White Debic, mentre Luca Montersino sarà testimonial della panna da cucina Culinaire Original Debic.

Tra le sorprese pensate per questi primi 100 anni troviamo anche l'Anniversary Cookbook, una raccolta di tutte le ricette realizzate in esclusiva dagli ambassador europei del brand, capace di raccontare ed esaltare le peculiarità della gamma Debic. Ad arricchire i festeggiamenti ci saranno anche contest, attività di comunicazione, dimostrazioni su tutto territorio italiano a cura di Leonardo Di Carlo, Andrea Bonati e Giuseppe Gagliardi e un tour in tutta Italia che avrà per protagonista un truck targato Debic. cod 64962

FrieslandCampina Professional
via Paracelso 18 - 20864 Agrate Brianza (Mb)
Tel 039 6072500
www.debic.com/it

FARINE BESOZZI ORO
IL SEGRETO PER LIEVITATI IRRESISTIBILI

Se il Panettone è il re del Natale, a Pasqua regna incontrastata la Colomba che, al pari del suo omologo invernale, sta risentendo positivamente della rinnovata attenzione di consumatori e professionisti verso prodotti di alta qualità. D'altra parte nei laboratori artigiani ferve la ricerca su farine, impasti, lievitazioni e farciture. Insomma, i grandi lievitati artigianali hanno riconquistato il ruolo di primo piano che spetta loro, durante le feste e non solo, e vantano un seguito di ammiratori gourmet, che scelgono con cura l'acquisto per degustarlo in famiglia o per un regalo speciale.

Consapevole del crescente successo dei lievitati da ricorrenza presso il consumatore e attenta a cogliere e anticipare le tendenze a beneficio degli artigiani, Italmill ha realizzato, in occasione di Sigep 2020, uno straordinario menu degustazione dedicato alla Colomba. Dieci varianti di gusto, oltre alla versione classica, per spaziare da varianti golose e avvolgenti ad altre più fresche e primaverili, per offrire ai professionisti idee nuove da realizzare nei laboratori. Italmill, infatti, propone una vasta gamma di prodotti che consentono di realizzare lievitati eccellenti. Soluzioni modulate per ogni esigenza produttiva con un denominatore comune: offrire sempre al cliente il massimo della qualità.

Il successo dei prodotti da ricorrenza è inarrestabile. Italmill punta i riflettori sulla Colomba, proponendo idee e ricettazioni innovative da realizzare con i prodotti dell'azienda, in primis le farine Besozzi Oro

L'azienda, tra i leader nel campo delle farine e semilavorati professionali, mette a disposizione un'offerta che va oltre questi prodotti. A partire dal fiore all'occhiello: il lievito naturale Enervis, ricavato da una madre centenaria ed essiccato secondo una tecnica esclusiva. È anche grazie a questo prodotto, da affiancare alle farine Besozzi Oro, tra cui l'eccezionale "Antica Tradizione Lievitati", o ai mix (alcuni dei quali già lo contengono al loro interno), che è possibile ottenere lievitati unici in termini di gusto e caratteristiche organolettiche.

Non solo, Italmill ha voluto fare molto di più per i suoi clienti, ha deciso di affiancarli a 360 gradi, con un'offerta di prodotti complementari dal burro al cioccolato, dalla frutta candita e disidratata agli aromi, tutti prodotti selezionati accomunati da un unico criterio: l'eccellenza.

Inoltre, la linea Besozzi Oro si è arricchita della "Non Raffinata", che risponde alla richiesta di farine più salutari e orientate al benessere. Protagonista dei Pastry Events a Sigep, ha decretato la vittoria di Davide Pisano come Star of Sugar 2020. cod 65053

Italmill
via San Pietro 19/A - 25033 Cologne (Bs)
Tel 030 7058711
www.italmill.com

LE CANTINE DEI DOGI
ENOTECA

VILLA FARSETTI
SANTA MARIA DI SALA - VENEZIA

LUX life 2019 Food &Drink awards
Enoteca Le Cantine Dei Dogi

BOLLICINE



4° EDIZIONE

SABATO 21
DOMENICA 22
MARZO 2020
DALLE ORE 10:00 ALLE ORE 20:00*

*Il servizio mescita terminerà alle ore 19:30



Le più grandi bollicine d'Italia....
Francia e resto d'Europa

www.bollicineinvilla.it
info@bollicineinvilla.it

- Wine Shop
- Oltre 2.000 bottiglie in degustazione
- Master Class
- Prelibatezze Gastronomiche



COMPRA SUBITO IL TUO BIGLIETTO

Ingresso	Biglietto Adulti
da € 35,00*	Pre-vendita online www.bollicineinvilla.it

PRIMA LO COMPRI, PIÙ RISPARMI!

Evento Promosso e Organizzato da: ENOTECA LE CANTINE DEI DOGI

Con il Patrocinio di SANTA MARIA DI SALA



FARINA MIRACOLO LINEA QB

LO SPIRITO ANTICO DI MOLINO GRASSI

«Siamo mugnai dal 1934 e il nostro focus sono sempre stati il prodotto da un lato e la soddisfazione del cliente dall'altro», ha ricordato al Sigep di Rimini **Massimo Grassi**, direttore commerciale di Molino Grassi. Il fil rouge dell'azienda di Fraore (Pr), del resto, è la qualità di una struttura produttiva votata all'innovazione nel rispetto della tradizione, di una materia prima sempre più orientata al biologico e al sostenibile, fino a quella del prodotto finale che diventa compagno quotidiano e prezioso ingrediente nelle mani dei professionisti.

Al Sigep di Rimini Molino Grassi ha puntato i riflettori sui grani antichi, in particolare sulla linea Miracolo, composta da due referenze: tipo 1 e integrale. La farina tipo 1 è stata studiata per impasti diretti e indiretti a breve lievitazione o con bighe corte. Quello della farina integrale invece è un grano ricco di fosforo, ferro e sostanze antiossidanti, ideale per ottenere prodotti da forno unici per sapore e profumi.

Per mostrare la lavorazione e far assaggiare il gusto dei grani antichi, a Rimini sono stati programmati numerosi incontri di formazione con la presenza di maestri del calibro di Carlo Di Cristo, Marco Valletta, Cristian Zaghini, Pierluigi Sapiente e i brand ambassador Gennaro Nasti e Diego Vitagliano. Marco Valletta ha preparato due tipi di pasta fresca, una con Miracolo tipo 1 e l'altra con Miracolo integrale, che hanno conferito sapori differenti. Sempre utilizzando le farine della linea Miracolo, Carlo Di Cristo ha sfornato del pane mentre Cristian Zaghini delle pizze. Per preparare i suoi biscotti, invece, Pierluigi Sapiente ha utilizzato la Miracolo tipo 1.

La linea Miracolo di Molino Grassi è stata studiata per impasti diretti e indiretti a breve lievitazione o con bighe corte. Si rivela ideale per prodotti da forno ed è caratterizzata da alta digeribilità e forte identità

cod 64903

Molino Grassi
via Emilia Ovest 347 - 43126 Parma
Tel 0521 662511
www.molinograssi.it



AMIBIOTE BRIDOR, IL PANE CHE FA BENE



L'ufficio ricerca e sviluppo di Bridor ha lavorato a lungo su un pane arricchito di fibre per migliorare il microbiota intestinale, l'insieme di microrganismi che aiuta ad assimilare il cibo proteggendo da molte malattie. È nato così Amibiote, un pane studiato in una gamma articolata di formati realizzato con lievito naturale e composto da 7 fibre vegetali. Un pane che fa bene.

Bridor nasce in Québec nei primi anni '80 e si espande in America del Nord con una produzione rivolta al mercato americano. Nel 1988 apre i battenti Bridor de France, con sede in Bretagna, inizialmente come centro studi e poi con la propria produzione. Oggi Bridor è leader nella produzione di pane, snack e viennoiserie surgelata di altissima qualità, destinata agli utilizzatori professionali.

Presente in Italia dal 2015, si rivolge a tutti i canali con prodotti dedicati: al mondo artigianale, ai panificatori e pasticceri, alla grande distribuzione organizzata e ai negozi di prossimità, all'universo hotellerie e ristorazione, così come al foodservice e alla ristorazione commerciale.

A conferma che ha a cuore e sostiene la cultura del pane, Bridor offre prodotti che vanno dalla tradizionale baguette ai pani ricchi di gusto della cultura Nordica, dai croissant al burro dal gusto francese a quelli farciti con crema di fagioli rossi della tradizione giapponese, fino alle specialità indiane (chapati) o brasiliane (pão de queijo), che vengono prodotte con ricette elaborate in collaborazione con chef internazionali. cod 65014

UNA PRIMA COLAZIONE DI SALUTE CON LE 10 FIBRE DI MYBIOMA

Fresystem, azienda di primo piano nel mercato della pasticceria surgelata, con il brand Cupiello ha presentato a Sigep MyBioma, un cornetto disegnato con il supporto del dipartimento di agraria dell'Università Federico II di Napoli. Il microbioma intestinale è l'insieme dei microrganismi naturalmente presenti nel nostro intestino insieme a tutte le loro potenziali funzioni. La sua diversità in specie, unita a una corretta alimentazione e a uno stile di vita sano ed equilibrato, contribuisce al nostro benessere.

MyBioma è ricco in Lievito Madre-Cupiello fresco ed è fonte di fibra da 10 origini diverse per rendere il microbioma eterogeneo e ricco in specie. Fonti di fibre da frumento, noci, segale, agrumi, orzo, piselli, bambù, patate, papavero e lino.

MyBioma si presenta come un classico cornetto vuoto ai cereali e viene lasciato lievitare naturalmente per 36 ore. «Con Mybiona l'innovazione scientifica fa il suo ingresso nel mondo della prima colazione, rispondendo alle esigenze di benessere del consumatore moderno. Tutto questo senza tradire il gusto e la tradizione che caratterizzano la nostra offerta», ha sottolineato **Alfio Schiatti**, direttore commerciale Fresystem Cupiello. cod 64955





LE NOVITÀ DOLCI E SALATE DI FORNO D'ASOLO

Forno d'Asolo si è presentata a Rimini con i prodotti del suo ricchissimo catalogo. «Per noi Sigep è sempre la vetrina per le tante novità del nuovo anno - ha spiegato il direttore commerciale **Enrico Leandro** - a partire dalle attività di FdA Academy, strumenti per il miglioramento del servizio clienti e il catalogo 2020». Tra le novità: Cornetto re B. zabaione e caffè, Sacchettino burro salato e caramello, Sacchettino yogurt noci e miele, Cornetto mix erbe, Focaccia zola, Crostata caffè e zabaione. cod 64943

ORCBICA FOOD
ONLY EXCELLENCE

FOOD TRENDS

CIBO PIÙ SANO E SOSTENIBILE

Il 2019 è stato un anno molto importante per la ristorazione, sia per i consumatori, sempre più inclini a seguire stili di vita sostenibili, che per gli operatori del settore, chiamati ad assecondare queste tendenze

La riscoperta e la scelta di consumare cibi sani e genuini non è una casualità; si è più consapevoli che l'alimentazione non solo influisce sulla nostra condizione fisica e sul nostro benessere, ma incide non poco anche sulla salute del nostro pianeta. Dobbiamo considerare che le risorse a disposizione sono limitate, e perciò bisogna compiere delle scelte oltre che salutari, anche etiche, in modo da preservare le ricchezze che la Terra ci offre. Orobica Food già da tempo si sta muovendo in questa direzione, ricercando e offrendo prodotti selezionati capaci di rispondere a queste esigenze.

L'attenzione che si pone alla provenienza e all'origine di un alimento è un trend che si accentuerà ancora di più con il nuovo anno. Si darà ancor più importanza alla qualità anziché alla quantità. Prodotti biologici e specialità alimentari ricercate e realizzate in modo etico e sostenibile saranno al centro delle scelte alimentari dei consumatori.

È cavalcando quest'onda che per il nuovo anno si prevede un incremento di utilizzo di farine alternative in sostituzione e in accompagnamento a quelle tradizionali. Secondo i dati e le previsioni, nel 2020 si vedrà l'affermazione di farine di frutta, verdura e cereali, capaci di fornire grandi quantità di proteine e fibre. Anche i prodotti di origine vegetale diverranno sempre più comuni e richiesti: si vedrà un drastico abbassamento del consumo di prodotti di origine animale a causa del costante aumento dei prezzi della materia prima e della consapevolezza che il consumo eccessivo di questi prodotti nuoce alla salute e all'ambiente. Con l'anno nuovo si assisterà anche alla progressiva diminuzione dell'utilizzo dello zucchero, che rappresenta un pericolo per la salute causando l'insorgere di diverse malattie e problemi cardiovascolari. Troveranno così grande spazio dolcificanti naturali come soluzioni zuccherine derivanti dalla frutta, ad esempio melograno e dattero.

Orobica Food, conscia di queste esigenze, già da diverso tempo sta lavorando per offrire ai clienti dei prodotti che rispondano alle nuove necessità e in concomitanza sta attuando una politica aziendale volta alla salvaguardia del pianeta, diminuendo l'uso di carta e cartone e di imballi non riciclabili. Per il futuro si sta inoltre progettando di passare all'utilizzo di fonti di energia alternative per ridurre l'impatto ambientale.

cod 63841

Orobica Food
via della Castrina 1 - 24060
Chiuduno (Bg)
Tel 035 8361299
www.orobicafood.com



RED&GO

MEDAGLIA D'ARGENTO
CATEGORIA RED ALE
(IRISH RED ALE)
BRUSSELS BEER
CHALLENGE 2019

AMBRANERA

MEDAGLIA D'ORO
CATEGORIA STOUT/PORTER
(OATMEAL STOUT)
BRUSSELS BEER
CHALLENGE 2019

MEDAGLIA DI BRONZO
CATEGORIA 41 (STOUT)
EUROPEAN BEER STAR 2019

2ª CLASSIFICATA
CATEGORIA 19 (STOUT)
ASSOCIAZIONE UNIONBIRRAI
BIRRA DELL'ANNO 2018

PILS²

CERTIFICATO D'ECCELLENZA
CATEGORIA LAGER
(GERMAN-STYLE PILSNER)
BRUSSELS BEER
CHALLENGE 2019

3ª CLASSIFICATA
CATEGORIA 1 (GERMAN AND
BOHEMIAN PILSNER)
ASSOCIAZIONE UNIONBIRRAI
BIRRA DELL'ANNO 2019

SIDE B

MEDAGLIA D'ARGENTO
CATEGORIA 29
(BELGIAN WHEAT BEER)
EUROPEAN BEER STAR 2018

LE BIRRE DI OTUS VINCONO MEDAGLIE IN ITALIA E NEL MONDO

Abbiamo sottoposto le nostre birre alla valutazione di giurie importanti. I successi ci stimolano a proseguire nella creazione di prodotti che uniscano carattere artigianale e capacità di soddisfare il gusto di un pubblico ampio.

BIRRIFICIO OTUS Via Rumi, 7 24068 Seriate (Bergamo) Italia - birrificiootus.com

OTUS BIRRIFICIO

PROSCIUTTO DI CARPEGNA DOP IN TANTE SFIZIOSE RICETTE

Il Prosciutto di Carpegna Dop è un prodotto di salumeria crudo e stagionato. Nasce nel cuore delle Marche, nel comune di Carpegna (Pu), situato all'interno del Parco Naturale del Sasso Simone e Simoncello, a 748 m di altitudine dal mare. Il clima di questa zona è una determinante incisiva nella fase della stagionatura: la caratteristica umidità e aria salmastra donano l'inconfondibile aroma, tipico del Prosciutto di Carpegna Dop.

Il Prosciutto di Carpegna Dop è ottimo da solo, ma il gusto della cucina è fatto anche di sperimentazioni. Ecco di seguito due fantasiose ricette che lo vedono protagonista. cod 64823

Per informazioni:
www.consorzioprosciuttodicarpegna.it



Mezzi paccheri alla carbonara con Prosciutto di Carpegna Dop

Ingredienti (per 4 persone): 320 g mezzi paccheri, 150 g Prosciutto di Carpegna Dop (spessore 2-3 mm), 8 tuorli (2 tuorli per ogni persona), 20 g Parmigiano Reggiano, 10 g pecorino, pepe macinato abbondante

Preparazione: tagliare il prosciutto a dadi e rosolarlo fino a renderlo quasi croccante. Filtrare il grasso e conservarlo. Unire i tuorli al formaggio e a parte del grasso del prosciutto nella planetaria (o lavorare con una frusta). Diluire eventualmente con un po' di acqua calda di cottura. Cuocere la pasta, scolarla e condirla fuori dal fuoco con le uova, unire il Carpegna rosolato a dadini e il grasso rimasto. Macinare abbondante pepe nero e servire con mandorle a lamelle.



Baccalà confit, spuma di Carpegna e crumble di nocciole e caffè

Ingredienti (per 4 persone): 1 filetto di baccalà delicato Morro, 200 g Prosciutto di Carpegna Dop a cubi grossolani (spessore 3-4 mm), 500 g panna, 30 g Parmigiano Reggiano, 1 spicchio di aglio, 1 mazzetto di timo fresco, olio evo. Per la polvere di nocciole e caffè: 150 g zucchero semolato, 150 g nocciole tostate, 10 g di polvere di caffè, mezza stecca di vaniglia

Preparazione: far bollire insieme il Carpegna tagliato a cubetti e l'aglio, raggiunto il bollore abbassare il fuoco e tenere a bordo piastra per circa 1 ora. Schiumare di tanto in tanto, poi unire il Parmigiano e cuocere ancora per 15 minuti, sempre molto lentamente.

A cottura ultimata passare il tutto alla chinoise fine. Frullare e riempire il sifone e caricare con 2 cariche. Conservare a bagnomaria a temperatura massima di 60°C. Per preparare la polvere di nocciole e caffè fare un caramello biondo, unire nocciole, caffè e vaniglia; stendere sul silpat e raffreddare, poi frullarlo a scatti fino ad ottenere una polvere uniforme e non troppo fine.

Mettere il baccalà delicato in busta (sottovuoto) con timo e olio evo. Cuocere a vapore 10 minuti a 62°C. Sifonare in una fondina una porzione di spuma, adagiarvi sopra il baccalà con pepe e olio e guarnire il piatto con polvere di nocciola.



LE RADICI DEL CIBO

SALMONE
IL PESCE IDEALE PER IL CONSUMO QUOTIDIANO



di ***Piera Genta***

Fino a pochi anni fa in Italia l'utilizzo di salmone affumicato superava di gran lunga quello del salmone fresco, ma, complice la moda del sushi, il consumo di crudo è cresciuto in modo considerevole. I salmoni che troviamo sulle nostre tavole sono di allevamento e arrivano principalmente dalla Norvegia, luogo in cui l'acquacoltura viene praticata in alto mare e tra i fiordi. In commercio si trova anche il salmone selvaggio, riconoscibile per la differenza di prezzo (di circa ben 5 volte superiore) e per il suo colore più intenso e tendente al rosso. È un pesce dall'apporto energetico e calorico importante. A livello nutrizionale sia il salmone selvaggio che quello di allevamento hanno un ottimo livello di acidi grassi insaturi, Omega 3 e Omega 6, sono ricchi di vitamine A, B e D e minerali come calcio e fosforo. In generale quando si acquista salmone fresco, sia allevato che selvaggio, occorre scegliere sempre un pesce dal colore vivo e uniforme, senza macchie scure, occhi brillanti mai infossati, polpa delicatamente profumata di mare. Attenzione poi alle etichette: devono indicare se il pesce è pescato o allevato, la zona di provenienza e se il prodotto è stato scongelato.

Un pesce unico nel suo genere diventato il più allevato al mondo. Ricerche di mercato attestano che il salmone è il primo piatto a base di pesce a cui si pensa per un uso quotidiano

I salmoni selvaggi vengono catturati prevalentemente nell'Oceano Pacifico, nel Nord America al largo delle coste dell'Alaska e del Canada. Delle cinque specie di salmone del Pacifico, quelle nobili sono il Red King, la più pregiata e di dimensioni più grandi, il rosso Sockeye, ottimo da crudo, ricercato anche da affumicato, e l'argentato simile a quello atlantico, la varietà maggiormente allevata.

Il salmone affumicato si ottiene dal salmone dell'Oceano Atlantico che, dopo essere stato sfilettato, viene sottoposto a un processo di affumicatura che può essere a caldo o a freddo. La tecnica a freddo è quella prevalente nei salmoni affumicati presenti in commercio; quella a caldo è molto popolare in Nord America.

Per l'acquisto di salmone affumicato occorre seguire alcune regole: il colore deve essere uniforme, senza macchie o bordi secchi. Indicativa della qualità è la dimensione delle fette che devono essere grandi, ma non eccessivamente perché possono rendere il sapore del pesce troppo forte al palato, e non troppo sottili. Mai acquistare salmone tenuto in ceste lontano dal frigorifero. Un buon prodotto deve avere indicate in etichetta la zona di produzione, le date di confezionamento e di scadenza, e tra le due non devono intercorrere più di 3 settimane.

Sono vietate le confezioni con date di scadenza che vanno oltre i 2 mesi, quelle mollicce oppure opache all'interno. cod 64533



FOOD TRENDS 2020
ECOSOSTENIBILITÀ E CIBI SANI

Whole Foods Market, colosso alimentare statunitense recentemente acquisito da Amazon, ha provato a predirlo con un rapporto sui food trend che spopoleranno nel 2020 a livello globale. Sono stati chiamati esperti di settore, produttori e distributori locali e internazionali per studiare le preferenze e le abitudini dei consumatori e, insieme, hanno stilato una lista di dieci alimenti che troveremo quest'anno sugli scaffali dei supermercati e nelle nostre dispense (*vedi la tabella qui a fianco*).

Da questa analisi si nota come l'attenzione all'ecosostenibilità e all'impatto della filiera agroalimentare sull'ambiente è tutt'oggi in crescita e si studiano soluzioni sempre più all'avanguardia per contrastare questa problematica. I prodotti alternati-

1	**Alimenti coltivati con agricoltura rigenerativa**, ovvero con un sistema colturale che arricchisce il suolo aumentandone la biodiversità
2	**Farine vegetali**, ad esempio di cocco, di legumi, ecc.
3	**Sapori e alimenti provenienti dall'Africa occidentale**, come il tamarindo e la moringa e alcuni cereali come il teff e il miglio
4	**Snack salutari e freschi**, da tenere in frigo, generalmente a base vegetale
5	**Prodotti di origine vegetale**, che non derivino però da coltivazioni inquinanti
6	**Alternativa vegetale al burro**, dalle arachidi al tahini
7	**Menu dei ristoranti dedicato anche ai bambini**, con una particolare attenzione anche alle loro esigenze nutrizionali senza trascurare la cucina globale
8	**Nuovi prodotti dolcificanti**, alternativi allo zucchero
9	**Prodotti che mescolano fonti proteiche di origine animale e vegetale**
10	**Bevande analcoliche**, con ricette e gusto simili a quelle alcoliche







vi e i superfoods che possono giovare alla salute del consumatore sono uno dei fattori determinanti della scelta di acquisto del consumatore, insieme alla consapevolezza sociale.

Anche in Europa, si nota come l'attenzione verso il benessere e la salute siano le leve principali che determinano i food trend. Secondo il rapporto di Uber Eats, la famosa piattaforma di food delivery, i trend del 2020 saranno: semi di lino, identificati come il superfood del 2020, olio di canapa e il kombucha, un tè naturalmente fermentato. Analizzando poi nello specifico il mercato italiano e in particolare quello del delivery, Uber Eats sostiene che la grande moda di quest'anno è il poké, un piatto di origine hawaiana a base di riso, pesce e verdure, da comporre secondo i propri gusti e assolutamente a prova di Instagram. Al secondo posto troviamo la regina indiscussa del Made in Italy: la pizza, mentre sul gradino più basso del podio troviamo la cucina naturale, a confermare la tendenza green del 2020.

E nel digital? Dopo l'esplosione dei blogger e influencer, questo mondo riscopre l'offline. I brand di food & beverage non si limitano più a contattarli per la realizzazione di ricette e per la promozione online, ad oggi chi è forte dietro uno schermo lo diventa anche dal vivo, grazie a incontri fisici dove la community di follower ha la possibilità di incontrare il proprio influencer del cuore. Un paradosso che fa da ponte tra il digitale e l'analogico, un nuovo modo per sfruttare al meglio le potenzialità tecnologiche nella vita reale.

cod 64937

Per informazioni:
www.jacleroi.com

Florian Rabanser, Alessia Grola (ceo di 5-Hats), Fabio Di Pietro (F&B di 5-Hats), Manuela Piccoli (interior designer), Antonio Amodio

I MAESTRI RACCONTANO...

INCONTRI DI SAPERI



di ***Fabio Di Pietro***

5-Hats insieme a Italia a Tavola va alla ricerca delle Maestrie italiane del food&beverage interagendo con trasformatori, produttori o tecnici del settore accostandoli e miscelandoli con arte, architettura, cinematografia, teatro, fotografia, pittura e molto altro.

Il percorso iniziato lo scorso mese con la cronaca della giornata di assegnazione del Premio Follia Creativa 2019 a Matera affonda le sue radici in una progettualità iniziata a fine 2016. L'obiettivo del team 5-Hats è la ricerca continua dei veri Maestri italiani, scovati nel nostro viaggiare per l'Italia da nord a sud, e che abbiano caratteristiche che vanno al di là della semplice abilità tecnica.

All'inizio, il fattore scatenante che ha dato vita al progetto è stato chiederci cosa avessero in comune le persone che incontravamo durante i nostri viaggi e nel corso delle nostre scoperte. Erano infatti molto più che semplici produttori, artisti, trasformatori o interpreti: erano menti geniali che con la propria creatività e il continuo lavoro rappresentano esempi da seguire, imitare e preservare.

I "Maestri", dunque, sono il focus che più ci appassiona perché si rivelano un vero e proprio portale d'accesso all'esperienza delle tradizioni e ai valori del passato, che costituiscono tra l'altro un valido strumento per interpretare e studiare il presente, oltre che un mezzo per tracciare e indicare la strada per il futuro alle nuove generazioni. La volontà di istituire questa ricerca nasce dal forte desiderio di non permettere che queste maestrie si perdano nel tempo, dando loro la visibilità che meritano.

Il modus operandi di questo sincretismo è infatti finalizzato, oltre che alla condivisione dei valori che contraddistinguono il Manifesto dei Maestri, anche all'incontro fra le abilità produttive di questi ultimi, per realizzare prodotti esclusivi o attività esperienziali totalmente fuori dal comune. Ciò permette ai Maestri una massima attività espressiva e di sperimentazione, mettendo a disposizione del pubblico un'opera d'arte che è il frutto di grande ricerca e di più talenti.

Maestro è chi eccelle o produce con sapienza, ma anche chi indica la direzione del nuovo rispettando la tradizione. 5-Hats va alla ricerca delle Maestrie italiane del food&beverage



Il messaggio dei Maestri è molto chiaro: "valorizzare, preservare, tramandare". I co-fondatori insieme a 5-Hats di questo concetto sono ambasciatori della filosofia sopra descritta e sono dei punti di riferimento nei loro ambiti. Tra i Maestri "pionieri" ricordiamo Celestino Gaspari, enologo di fama mondiale e fondatore della cantina Zýme, il Gran Maestro d'arte contemporanea Antonio Amodio e Florian Rabanser, il master distiller che ha incantato l'Europa dal suo maso ai piedi delle Dolomiti.

Già diversi prodotti sono nati dall'incontro di saperi dei Maestri: dal "Salz Gin" (il primo autentico gin sapido con botanici del bagnasciuga dell'isola di Sylt nel Mare del Nord) al Panettone al Gin (il "Ginettone"), alle speciali e limitatissime confezioni da collezione, vere opere di pregio, fino ai prossimi progetti in cantiere e in imminente uscita.

Le opportunità affinché questo patrimonio immateriale non vada perduto sono rafforzate anche dal programma ideato per il 2020 (di cui Italia a Tavola è partner) che comprende la presenza dei Maestri all'Expo Business Forum Opportunity del 13 e 14 luglio a Treviso e il prestigioso premio Follia Creativa 2020. Queste operazioni avverranno anche grazie a un importante nuovo compagno di viaggio che sarà al nostro fianco in questa missione, l'associazione culturale Vis Artis, che avrà anch'essa il compito di ricercare i Maestri sparsi per la Penisola. Non vediamo l'ora, con questo progetto ormai concreto, di dare voce ai Maestri che troveremo o che ci contatteranno, per dare continuità alla creatività e alla passione italiana. cod 65092



SUL TAVOLIERE NON MANCA L'EVO



di ***Fulvio Raimondi***

La parte di Puglia che inizia subito dopo il Molise e si estende a sud fino a Canosa di Puglia, ad ovest fino a Bovino, mentre ad est si tuffa in mare con il Gargano, riempie le nostre tavole di oli pregiati da assaggiare e soddisfa la nostra vista con luoghi che restano impressi. In quella regione, che ho definito come l'oleificio d'Italia o il paradiso dell'olio, si possono individuare alcune macro-zone che sono relative alle 5 Dop della regione. La prima che presento è quella definita "Daunia", che comprende il nord della regione e, più precisamente, la provincia di Foggia, detta il Tavoliere. Di questa zona della Puglia si apprezzano diverse cultivar che possiamo trovare anche in altre parti dello Stivale, ma quelle che sono proprie del territorio sono la Peranzana, l'Ogliarola Garganica e la Rotondella. La Peranzana produce un olio dal fruttato medio-intenso, con persistenti note di amaro e piccante e sentori di carciofo e pomodoro fresco. Quando l'assaggi è un raggio di sole.

L'Ogliarola Garganica è addirittura considerata tra le più antiche varietà esistenti. Pare che l'imperatore Traiano e gli antichi Romani apprezzassero il gusto e traessero beneficio dagli oli di questa regione. Anche qui ci troviamo in presenza di un fruttato medio-intenso con sentori di mandorla e forti presenze amaro-piccanti. Ha una personalità trascinante, da protagonista. La cultivar Rotondella invece, le cui origini sembrano risalire al 500 a.C., ha la caratteristica principale di avere una resa molto elevata. Ha spiccate note di mandorla e carciofo con un fruttato leggermente meno intenso delle precedenti due cultivar. Leggermente più timida, ma sicura di sé.

Quando ci rechiamo in queste zone, magari fermandoci al Santuario di Padre Pio o volendo godere del mare del Gargano, possiamo imbatterci in suggestivi luoghi. Vieste, Peschici e Rodi Garganico sono solo alcune tra le località che meritano una sosta e, quando ci si ferma per gustare la gastronomia locale - ad esempio una burrata oppure una pasta fatta in casa come le lagane o i cavatelli - non possiamo non approfittarne. Si deve aggiungere la maestosità degli oli evo locali. Sulla burrata, per esempio, ci starebbe bene il fruttato più delicato della Rotondella, mentre sui cavatelli al ragù o sulle lagane con legumi, un olio di Peranzana o di Ogliarola Garganica troverebbe una dimora adeguata soddisfacendo il palato.

Ma anche l'entroterra della provincia di Foggia offre panorami e vaste pianure fino ad arrivare ad incontrare i Monti Dauni. La città di Cerignola regala poi lo "scaldatello", che è una variante del più famoso tarallo: il sapore di questo stuzzicante spuntino, se profumato con qualche goccia di Peranzana, acquista una nuova dimensione e si eleva ad una classe superiore.

E questo è solo l'inizio del nostro viaggio pugliese alla scoperta di un prodotto che rende questa regione famosa in tutto il mondo. cod 64413

La Daunia



tipicità festival



7-8-9 MARZO 2020



FERMO



28ª edizione | www.tipicita.it

PROJECT PARTNER



IN COLLABORAZIONE CON

Regione Marche
Comune di Ancona
Comune di Castelfidardo
Comune di Civitanova Marche
Comune di Porto Recanati
Comune di Porto San Giorgio
Comune di Porto Sant'Elpidio
Comune di Potenza Picena
Comune di Recanati
Comune di Sant'Elpidio a Mare
Unione Montana del Catria e Nerone
Unione Montana dell'Esino Frasassi

PARTNER



LARDINI

















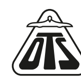
















































MEDIA PARTNER



PARTNER TECNOLOGICI





PARTNER SCIENTIFICI











VINO E CHAMPAGNE
LUOGHI COMUNI DA SFATARE

Con il pesce il bianco, con la carne il rosso. Il bianco si beve a 6-8°C, il rosso di corpo a 16-18°C. La barbera è un vitigno che dà scarsa qualità. Lo champagne deve avere necessariamente una grandissima acidità, dosaggio pari a zero ed essere molto verticale

Tante volte ci si imbatte in luoghi comuni sul vino e sul corretto modo di servirlo. Un dato obiettivo è che la temperatura troppo bassa, nel vino come nella cucina, sia un forte "anestetizzante": appiattisce, quasi annienta il bouquet aromatico. Quante volte capita di trovarsi davanti a un calice di bianco appena tirato fuori dal seau à glace e dire che il vino è troppo freddo e "non ha naso"? Muove da qui la riflessione su quanto sia importante la temperatura di servizio per esaltare le peculiarità di qualsiasi vino, e la considerazione che forse sarebbe meglio bere lo champagne "caldo" (si fa per dire), o comunque mai ad una temperatura inferiore ai 9°C.

Partendo dall'assunto scientifico che le papille gustative sono completamente anestetizzate in seguito all'introduzione in bocca di liquidi o solidi con temperature inferiori o pari a 7°C, si può tranquillamente intuire che il gusto venga standardizzato e appiattito dal freddo. Non è una novità il fatto che in cantina da Fallet-Prevostat (per citarne uno) o in altre decine di Maison di champagne la degustazione si svolga con prodotti a temperatura di cantina (14°C circa), o che nei grandi ristoranti francesi lo champagne non venga quasi mai servito a temperatura inferiore ai 10°C.

Il passo successivo è quello di chiedersi perché e da quando il gusto del consumatore finale si è spostato verso temperature di servizio così basse. Che cos'è cambiato? Una possibile chiave di lettura potrebbe riguardare l'industrializzazione del prodotto stesso,

la spinta verso un consumo sempre maggiore, la produzione su larga scala, che spesso porta ad una costanza nello stile produttivo a discapito del tanto noto terroir, accompagnato da una rivoluzione "salutista" contro lo zucchero. Tutti fattori che vanno a standardizzare il gusto del vino a favore di tre principali elementi: acidità elevatissima, residuo zuccherino pressoché nullo, naso spinto su sentori agrumati e bouquet floreali bianchi e freschi.

È chiaro che, lavorando in questa direzione, volendo quindi esaltare una freschezza quasi assoluta, una tensione nervosa, una tagliente za impeccabile e un gusto forse meno strutturato e complesso, il mercato, il ristoratore e l'enotecario non hanno fatto altro che adeguarsi a quella che è la richiesta del cliente stesso, riempiendo gli scaffali di champagne tutti uguali, prodotti che tendono verso uno stile definito, standardizzato e poco dosato!



Storicamente lo champagne, il vino di quella magica regione che si trova in una posizione del globo così sfavorevole alla viticultura, è stato il vino che più di tutti ha mutato il suo carattere nel tempo, nascendo come vino molto dosato, "doux", per addolcirne i tratti così marcati di acidità e sapidità fuori da ogni controllo del vino base e per renderlo così iconico, con le sue dolci bollicine che fanno capolino e formano quel perlage che ci catapulta con la mente verso la festa ogni qual volta lo versiamo nel bicchiere. Nel tempo l'estetica del prodotto ha subito evoluzioni importanti anche sul fronte del servizio, i bicchieri stessi hanno cambiato forma, passando dalla coppa del servizio classico alla francese, arrivando alla flûte made in UK.

Forse ancora una volta ci troviamo di fronte ad una moda temporanea, o forse questo sarà il gusto dello champagne da qui in poi, chissà. In fondo, però, il mondo è bello perché è vario e quello del vino è un mondo che di varietà e varietali ne presenta davvero molti. cod 64939

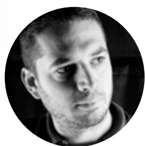
Per ulteriori informazioni:

Jac Le Roi

www.jacleroi.com



BAROLO
IL RE DEI VINI, IL VINO DEI RE



di ***Andrea Lupini***

Come vogliono tradizione e disciplinare di produzione, i comuni in cui l'uva Nebbiolo diventa Barolo sono 11, distribuiti su un'area di circa 1.700 ettari: Cherasco, Verduno, Roddi, La Morra, Grinzane Cavour, Castiglione Falletto, Diano d'Alba, Barolo, Novello, Serralunga d'Alba e Monforte d'Alba. Le 11 essenze, i volti che compongono la Docg Barolo dal 1980. Ogni comune, zona, sottozona, vigneto e parcella sono espressioni magiche ed eterogenee, che si celano dentro ogni singola annata e bottiglia.

Nel 1600 l'uva Nebbiolo era già apprezzata e consumata dai nobili e dai Reali di Casa Savoia, ma è grazie al contributo del Conte Camillo Benso di Cavour e alla sua chiamata all'enologo francese Alexandre-Pierre Odart, che i processi di produzione migliorarono, portando alla creazione del "re dei vini", che da quel momento vide iniziare la propria scalata al successo e alla conquista dei palati più sopraffini del mondo. I primi riconoscimenti arrivarono a partire dal 1873, con ben 7 medaglie d'oro vinte al concorso di Vienna, che confermarono che il Barolo era un vino adatto all'invecchiamento. Da allora il successo non si è mai fermato e oggi il Barolo si presenta come un vino di sicura presenza sulle nostre tavole, un invito al concedersi un momento di estasi, un viaggio dalle dinamiche evolutive che solo il tempo è capace di trasformare in importante ed esclusivo, un vino da aprire nelle ricorrenze più significative.

Il Barolo "Classic" di Cascina Adelaide è uno dei nove Baroli prodotti da questa cantina e nasce da uve di vigne situate nei comuni di Barolo e La Morra. Le viti sono allevate a controspalliera, con potatura medio-corta a guyot; la densità media di impianto è di 5mila ceppi per ettaro e la produzione è ridotta a circa 1,5 kg per ceppo mediante il diradamento dei grappoli. Questo blend di vigne produce un vino dal colore rosso rubino con ampi riflessi mattonati; al naso si colgono le note di ciliegie selvatiche e sottobosco con delicato sentore di rovere, il palato è giustamente tannico con un lungo finale che delinea una fresca acidità. cod 64972

Cascina Adelaide
via Aie Sottane 14 - 12060 Barolo (Cn)
Tel 0173 560503 - **www.cascinaadelaide.com**







di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018

In una stagione come quella invernale vale la pena fare un viaggio in Piemonte, alla ricerca di una cucina che punta sull'intensità dei suoi sapori, con piatti importanti e ricercati. In questo modo potremo soddisfare al meglio la nostra voglia di gusti decisi. E per quanto riguarda il vino abbiamo bisogno di un accompagnamento elegante e raffinato, perfetto per questo tipo di cucina. Pochi vitigni sono in grado di interpretare al meglio questo connubio. La grande acidità e il tannino verranno ad aiutarci per questi accompagnamenti, ma anche le note varietali giocheranno molto a nostro favore. cod 64624
*I piatti in abbinamento sono di **Matthias Kirchler**, executive chef del Lunaris Wellnessresort - Cadipietra (Bz)*



L'ITALIA DEL VINO

PIEMONTE, META INVERNALE





1 NIZZA DOCG RISERVA "LA COURT" 2015
MICHELE CHIARLO

Vitigno: Barbera d'Asti
Suolo: "sabbie astiane", marne argilloso-calcaree, sabbia
Forma di allevamento: guyot
Prezzo medio: 39 euro
Abbinamento consigliato: Tortelloni formaggio, tartufo e basilico

Barbera di grande intensità ed eleganza, dove la frutta rossa riesce a concentrarsi senza diventare stucchevole. Ottima acidità che garantisce al vino una grande bevibilità. Tannini e alcol molto ben integrati nella struttura e nel corpo del vino. Un naso che ci riporta alla frutta rossa matura con intense note di ciliegia, ribes rosso e mora selvatica. In bocca una leggera nota speziata accompagna le note varietali principali, mantenendo il vino molto croccante e versatile. Ottima la combinazione con i tortelloni.





2 BAROLO "RAVERA" 2015
RÉVA

Vitigno: Nebbiolo
Suolo: calcareo-argilloso, marne ed arenarie fossilifere
Forma di allevamento: guyot
Prezzo medio: 65 euro
Abbinamento consigliato: Brasato di manzo al Barolo con mais e crema di carote

Classico brasato, classica esplosione di sapori: per questo ci affidiamo all'intensità del Ravera. Una Riserva fatta da una piccola parcella nella sottozona di Novello (Cn). Verticalità e un'imponente spalla acida, accompagnate da dolci note di frutti di bosco, riescono a creare una tensione perfetta sul palato, dando spinta al vino e addomesticando il calore dell'annata 2015. Questo Barolo viene fatto affinare in botte grande austriaca (Stockinger) per 24 mesi, dopodiché viene imbottigliato e lasciato maturare ulteriormente per altri 12.

LANGHE NEBBIOLO DOC "ESTER CANALE" 2016 3
GIOVANNI ROSSO

Vitigno: Nebbiolo
Suolo: marne grigie e arenarie, sabbie silicee, carbonato di calcio e di ferro
Forma di allevamento: guyot
Prezzo medio: 170 euro
Abbinamento: Carpaccio di trota con cavolfiore, caviale Kaluga Amur ed erbe selvatiche



Una delle mie sorprese del 2019. Un grandissimo Nebbiolo, proveniente da un cru da cui nasce un altro grandissimo vino, il Vigna Rionda Ester Canale. Prodotto con le vigne più giovani, è già un calibro pesante, dotato di un'incredibile eleganza e profondità, un piccolo Barolo. Al naso i sentori molto precisi di lamponi e fragoline di bosco invogliano la beva, un ricordo di fiori gialli e viola contribuisce ad arricchire lo spettro aromatico di questo piccolo grande vino. In bocca è soffice e vellutato, eleganza e persistenza incredibili. La frutta rossa la fa da padrona per quanto riguarda gli aromi e i sentori di degustazione. Da provare.





Matteo Mangili e Giorgio Lazzari



di **Enrico Rota**

LA STRADA DEL VINO VALCALEPIO DIVENTA UN MODELLO

Per la Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca il 2019 è stato un anno di svolta: decine di eventi, fiere, manifestazioni e missioni all'estero. Il merito di questa "rinascita" lo si deve alla nuova governance e all'organizzazione in capo al Comitato di gestione composto da Diego Amaddeo, Giambattista Arrigoni (vicepresidente), Marco Bernardi, Davide Casati (vice presidente), Raffaella Castagnini (comitato esecutivo), Carlotta Grumelli Pedrocca, Marco Locatelli, Emanuele Medolago Albani (comitato esecutivo), Nicoletta Noris, Maria Angela Poli e Giorgio Lazzari (segretario generale), che hanno traghettato la Strada verso un futuro che porterà certamente grandi successi al comparto enogastronomico della provincia.

Nel corso del 2019 la Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca, che è accreditata e riconosciuta da Regione Lombardia e ha sede presso la Camera di commercio a Bergamo, ha realizzato una mappa che valorizza i soci e i percorsi enogastronomici che attraversano tutta la provincia di Bergamo, e numerose pubblicazioni, facendo registrare un forte interesse non solo all'interno dei confini provinciali, con una serie di missioni in Italia e all'estero.

Un plauso è arrivato anche da Regione Lombardia che, tramite il portale Lombardia Speciale, ha voluto rimarcare l'operatività della Strada nell'anno appena conclusosi, indicandola come un modello da seguire. L'associazione fornisce a tutti i soci un'occasione di grandissima visibilità, promuovendo il panorama vitivinicolo e tutti i prodotti tipici del territorio, dalle birre artigianali ai dolci, passando per le confetture e i formaggi; elementi di grande attrattività che favoriscono un flusso turistico di cui beneficiano ristoranti e strutture ricettive.

Regione Lombardia ha rimarcato l'operatività della Strada, indicandola come un modello da seguire. Nel 2019 sono state tante le partecipazioni, tra cui l'evento "Regalati la Lombardia"

Un lavoro continuo, che permetterà all'associazione di aumentare la propria visibilità, grazie anche alla partecipazione alle iniziative promosse dagli assessorati regionali all'Agricoltura, alimentazione e sistemi verdi e al Turismo, marketing territoriale e moda, come l'evento "Regalati la Lombardia" voluto dall'assessore all'Agricoltura Fabio Rolfi e svoltosi nel dicembre scorso a Milano in Piazza Città di Lombardia, lo spazio coperto più grande d'Europa.

cod 65059

Per informazioni:
info@stradadelvalcalepio.com
www.stradadelvalcalepio.com

BOLLICINE... CHE PASSIONE!

BAGNADORE NON DOSATO RISERVA 2011 BARONE PIZZINI

di ***Piera Genta***

60% Chardonnay e 40% Pinot nero, provenienti da un unico vigneto, il Roccolo, con piante di oltre vent'anni, su un terreno di deposito morenico sepolto da depositi colluviali sabbiosi fini, profondo e con substrato ciottolosi ricco di scheletro drenante. Importante la vicinanza di un bosco che mitiga il clima e favorisce un'ottima escursione termica.

Il Bagnadore Barone Pizzini prende il nome da uno dei soci fondatori dell'azienda, Pierjacomo Ghitti di Bagnadore, raffinato gourmet e appassionato di bollicine, che volle per Barone Pizzini una cuvèe speciale dedicata alla famiglia diventata oggi uno dei vini rappresentativi dell'azienda. Prima annata 1993.

70 mesi di permanenza sui lieviti. Nessun dosaggio per sole 20mila bottiglie dell'annata 2011. Dal colore giallo paglierino con sfumatura dorata. L'impatto agrumanto si trasforma in sentori balsamici. Al palato risulta complesso, fresco, profondo ed equilibrato supportato da una vivace acidità. Ottima la persistenza con una personalità complessa ed unica. cod 63699





BELLENDA, TRE NUOVE ETICHETTE IL PROSECCO SOTTO UN'ALTRA LUCE

di ***Roberto Vitali***

Il successo crescente di vendite del Prosecco in Italia e nel mondo non fa riposare sugli allori, tra l'altro meritatissimi, i produttori veneti. Vi sono aziende che, lavorando sulla unicità del territorio e del vitigno Glera, sperimentano vini innovativi che non siano solo curiosità, ma che possano aprire nuove strade di piacevolezza alle bollicine made in Veneto, passando anche dall'autoclave alla fermentazione in bottiglia.

Ciò avviene soprattutto nella zona classica della Docg, tra Valdobbiadene e Conegliano (Tv). Una delle aziende più attive in questa ricerca di nuove sensazioni ed emozioni enoiche è Bellenda, realtà storica che nel periodo delle festività tra Natale e Capodanno ha avuto richieste di tre vini particolari, prodotti in numero limitato di bottiglie; vini che - come afferma il presidente **Umberto Cosmo** - interpretano il vitigno Glera secondo una personale idea di fermentazione in bottiglia.

> L'azienda tra Conegliano e Valdobbiadene propone tre vini che interpretano il Glera secondo una personale idea di fermentazione in bottiglia: due metodo Classico (S.C. 1931 e Lei) e lo spumante Radicale

Due sono metodo Classico: S.C. 1931, prodotto già da 15 anni, e Lei, ultima novità. Radicale è invece l'anticipo della tipologia di spumante sui lieviti appena riconosciuta dal nuovo disciplinare, che porta l'attenzione allo spumante senza sboccatura e senza solfiti aggiunti. «Sono tre espressioni dei fermenti di idee e passioni che ci accompagnano sin dal 1986, tre interpretazioni del nostro territorio per restituire ampiezza e significatività a un'uva troppo spesso costretta all'interno dei tristi confini del vino di massa. Un'azienda che considera i vini di territorio il suo campo d'azione primario deve impegnarsi nella ricerca a tutto tondo, anche sperimentando su vini più rurali, come Radicale, prodotto in 2mila bottiglie e 500 magnum». cod 64684



VERTICALE DI MASSETO 2015 SUPERSTAR, MA SORPRENDE IL '97



di di ***Federico Biffignandi***

L'apice della Wine Cup, l'evento dedicato al vino organizzato dallo Sport Hotel Panorama, è stata la degustazione verticale di Masseto tenuta da Sergio Di Loreto, responsabile commerciale alta gamma di Frescobaldi. Sei le annate: 1997-1999-2004-2007-2010- 2015.

Si parte con il vino più giovane. Una vera superstar la cui eleganza si intravede subito da come si muove nel bicchiere: sontuoso, di spessore, corposo, capace di trovare il perfetto equilibrio tra "acquoso" e "oleoso". Evidenti al palato le note di cioccolato fondente insieme a mirtillo. Tannini setosi con un finale fresco e lunghissimo, dove emerge il pepe nero.

Il 2010 che arriva subito dopo ha la sfortuna di venire dopo un assaggio di altissima qualità, ma sa comunque contraddistinguersi. Emergono i 5 anni in più di invecchiamento che gli conferiscono corposità ed eleganza.

Tre anni indietro, al 2007 nato dopo un'annata stupenda caratterizzata da una primavera calda e un giugno piovoso. Da subito si può apprezzare un boquet floreale vasto che divampa dal calice. Rilevanti le note fruttate e quelle speziate tra cardamomo, anice stellato, rabarbaro, eucalipto, rosmarino. Compare anche un inizio di liquirizia.

Del 2004 si ricorda la vendemmia generosa. Un vino lineare, come lineare fu quell'annata climatica. Non sembra concedere picchi o eccessi, risalta il suo essere molto balsamico, aspetto che copre le note fruttate e quelle che ricordano sempre il cioccolato. Avanza forte la liquirizia.

Si arriva al 1999 è si scava nel sottobosco venendo pervasi da sentori di funghi, legno cedro. È un vino "duro" dalla trama tannica spigolosa, a tratti monumentale e per questo meno elegante. Finale vagamente rude per via di una vigna che era giovane. Un vino chiuso come un riccio in difesa.

Infine il 1997, la rivelazione di questa verticale. Mirtillo, mora di rovo, ribes, lampone intenso, cru di cioccolato: queste le note più esaltanti. Un vino fine, equilibrato, elegante, che rimanda al tabacco fino al sigaro cubano. Migliore in campo di serata.

cod 64863

IL COMMENTO

C'è chi si ribella alle Guide enologiche

di ***Roberto Vitali***



Il fenomeno è ancora limitato ma prende piede. Ci sono produttori di vino che non inviano più campioni alle sedi delle Guide, i cui addetti-esperti stappano, assaggiano, danno punteggi e pubblicano.

Uno di questi produttori è **Umberto Cosmo**, titolare con i fratelli di Bellenda, una delle più note e produttive aziende di Prosecco Superiore Docg. «Non partecipiamo per vari motivi. Il principale - afferma - è che i vini si sono evoluti in questi ultimi anni, diventando sempre più espressione di chi li fa, oltre che del territorio. Per questo ritengo che batterie alla cieca siano uno schema obsoleto che rischia di appiattire la categoria. Giusto non uscire dagli schemi di una denominazione, ma questi non devono essere una gabbia».

Oggi i consumatori attuano le scelte in modalità diversa rispetto al passato: si va direttamente alla fonte, si segue il passaparola, si va ai banchi di assaggio e sempre più spesso in cantina. Non significa che non sia più utile la critica enologica, ma per essere credibile, autorevole e attuale deve mettersi inevitabilmente in discussione, confrontandosi con trasparenza e coraggio con il mondo dei produttori e con i consumatori finali, magari coinvolgendo di più panel di giovani o sfruttando la dinamicità della rete per raccogliere le opinioni più disparate. cod 64984

DEJÀ BÙ

MONTEVERTINE 2013 IL PIACERE DI UN RIASSAGGIO



di ***Guido Ricciarelli***

Capodanno 2020, pranzo con i migliori amici, le premesse ci sono tutte. Come di consueto, per le occasioni importanti rovisto negli angoli nascosti della mia cantina. Scovo una bottiglia di Montevertine 2013. Si tratta del vino storico dell'omonima azienda, prodotto dal 1971 al 1981 come Chianti Classico ed a partire dal 1982 semplicemente come Montevertine, con un'uscita dal Consorzio che fece molto discutere.

Da allora il percorso di quest'azienda è stato un crescendo costante favorito dal successo del vino portabandiera, Le Pergole Torte. Ma veniamo al dunque: si tratta di un vino da uve di Sangiovese in prevalenza con una piccola percentuale di canaiolo e colorino, che matura per due anni in botti di rovere di Slavonia e Allier.

Gli anni passano ma, alla faccia di un'annata caldissima come la 2013, il vino si presenta in una forma smagliante. A partire dal colore, di un viola trasparente che illumina il bicchiere. Il sorso è succoso, freschissimo, con una facilità di beva entusiasmante che sfocia in un lungo finale di frutta rossa. La bottiglia è finita in fretta, peccato fosse l'ultima. cod 65084



LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

LA SIGNORA EUGENIA E IL PASSERO SOLITARIO

di ***Piera Genta***

Bottiglia, grafica dell'etichetta e packaging a dir poco unici sono parte integrante del progetto vitivinicolo composto da una linea di tre vini prodotti sul lago d'Orta da sette piccoli vigneti che seguono i principi biodinamici steineriani, vendemmia manuale e selezione delle uve assai severa. La bottiglia è un oggetto creato da Alberto Alessi sulla base di una approfondita ricerca storica intorno ai modelli dei contenitori da vino e ad un "suggerimento" fornito da un minuscolo schizzo di Leonardo da Vinci, il cui originale si trova in un codice oggi custodito nella Royal Library del Windsor Castle.



La grafica è stata realizzata dal designer spagnolo Marti Guixé: un'etichetta circolare che raffigura la signora Eugenia che guarda il lago e sulla sua spalla il passero. Le bottiglie sono diverse da un anno all'altro e riportano l'impronta dell'andamento meteorologico del periodo in cui il vino è stato prodotto. La signora Eugenia appare in diversi abbigliamenti: con l'ombrello se la stagione è stata piovosa, in canotta se molto calda...

Chardonnay e Pinot nero ispirati ai grandi vini della Borgogna, ed un vino bianco da uve stramature, un vero oro enologico, pochi esemplari, tutte le bottiglie sono numerate e vendute esclusivamente online attraverso il sito **www.lasignoraeugeniaeilpasserosolitario.com**. cod 65083

UN VITIGNO AL MESE

SOLARIS, VITIGNO RESISTENTE AI FUNGHI

di ***Piera Genta***

Non è un vitigno dalla storia millenaria, ma risultato di studi ed esperimenti iniziati già negli anni '50. È un ibrido a bacca bianca di quarta generazione (la più attuale) ottenuto nel 1975 a Friburgo da Norbert Beker. Queste "nuove" varietà sono ormai conosciute con l'acronimo Piwi, dal tedesco "pilzwiderstandfähig", ovvero con un'elevata resistenza all'oidio e alla peronospora.

Viene coltivato principalmente in Tentino Alto Adige, non entra nei disciplinari di Doc o Docg, ma è protagonista nella Igt Dolomiti. È vinificato prevalentemente in purezza e permette di ottenere un vino dal bouquet fruttato, con un'acidità gradevole e di buona struttura.

Ottimo come aperitivo. Si abbina molto bene a carni bianche, pesce e crostacei.

cod 64587



ABRUZZO BRASSICOLO

50 AZIENDE IN COSTANTE CRESCITA

Luca Di Saverio, uno dei massimi esponenti della birra abruzzese, tira le fila del settore nella regione. Teramo è la città con la più alta concentrazione di birrifici, il Festival di Castellalto è l'evento clou





di ***Giovanni Angelucci***

Nel tour italiano delle birre è la volta dell'Abruzzo che affidiamo alle mani dell'assaggiatore e docente, ex homebrewer dal 2004, **Luca Di Saverio**. Nel 2016 entra a far parte del panel dei giudici di Birra dell'anno e da quel momento inizia a collaborare con Unionbirrai per l'organizzazione di corsi di degustazione. Oggi è un punto di riferimento per la cultura birraria abruzzese e non solo.

Birra in Abruzzo, qual è la sua evoluzione negli anni?

L'evoluzione della scena birraria abruzzese rispecchia fedelmente l'ascesa del fenomeno nazionale. Abbiamo avuto i nostri pionieri. Primo in assoluto, nel 1998, è stato il brewpub Magoo dell'Aquila (chiuso nel 2009). Eccezion fatta per Almond '22, fondato nel 2003 da Jurij Ferri, tutti i birrifici antesignani hanno tuttavia chiuso i battenti per varie vicissitudini. Nel 2008, con il battesimo dei birrifici Maiella e Opperbacco, assistiamo ad un incremento costante di nuove aperture. Attualmente contiamo circa 50 aziende (birrifici e beer firm).

Tracciamo un itinerario brassicolo lungo la regione, quali sono le tappe imprescindibili?

Partendo della provincia di Teramo, dove c'è una concentrazione particolare di birrifici, troviamo 3 realtà a Corropoli: Grignè, Miles e Quattroventi e a Civitella del Tronto il Birrificio La Fortezza. Ai piedi della Montagna di Campli abbiamo il Birrificio Ramoni, mentre lungo la strada che conduce al Lago di Campotosto "La Casa di Cura". Più a valle, nel territorio di Castellalto troviamo Bibibir e nelle campagne di Notaresco, Opperbacco. Sempre in provincia di Teramo, tra Roseto ed Atri abbiamo: Terre d'Ac-

quaviva, Donkey Beer e San Giovanni. Nei pressi dalla città dell'Aquila, troviamo Anbra e Alkibia entrambi di Fossa, mentre a Tagliacozzo (Aq) Fermento Marso. In provincia di Pescara abbiamo Deb's a Caramanico, Mezzopasso a Popoli, Almond 22 a Remartello - Loreto Aprutino e sempre nel pescarese: Golden Rose, Birra Bertona e Pesce Palla. Nel chietino, a Pretoro troviamo Maiella e Delphine a Roccascalegna.

Chi sono i birrai da conoscere?

Jurij Ferri di Almond '22, non solo come artigiano creativo e minuzioso, ma anche per aver forgiato tanti birrai in tutti questi anni; Luigi Recchiuti di Opperbacco per le sue sperimentazioni mai banali; Flaviano Brandi di Bibibir per la versatilità nel riproporre stili; Luca Marcotullio di Anbra per aver creduto nelle basse fermentazioni anche quando non andavano di moda da queste parti e Massimiliano Di Prinzio di Maiella per la valorizzazione del territorio.

Birrifici agricoli: quali sono le realtà vicine al territorio?

Anche in Abruzzo ci sono birrifici agricoli che producono in proprio orzo e altri cereali, seppur in maniera contenuta rispetto la vicina regione Marche. Le realtà più note sono Grignè di Corropoli (Te), Ramoni di Campli (Te) e Golden Rose di Pianella (Pe). Tra le realtà agricole segnalo anche BabilHop di Atri (Te) che produce luppolo. Molti birrifici dimostrano attaccamento al territorio: Almond '22, Maiella, Opperbacco, Mezzopasso, Casa di Cura, La Fortezza, Donkey e Deb's, lo fanno utilizzando: cereali, spezie, erbe, miele, frutti e mosto di vino.

Birre abruzzesi da assaggiare?

Se siamo alla ricerca di birre dalla facile beva: le Lager di Anbra, Farrotta (con farro e miele) di Almond '22, Violent Shared (session Ipa con pompelmo rosa) di Opperbacco, Arance Meccaniche (Apa con arance di Fossacesia) di Donkeybeer e White Shock (White Ipa) di Bibibir. Se invece siamo alla ricerca di birre dal gusto particolare direi: Salasso di Casa di Cura (in equilibrio tra salato, affumicato e acidità), la BiBiRauch (affumicata in stile Rauchbier) di BiBiBir, le Naturte (sour wild ale) di Opperbacco, la "Fruit Saison" (con ribes nero del trentino) di Almond '22 e la Bucefalo di Natale (Imperial stout con mosto cotto e spezie) di Maiella.

Pub e mescita: come è messa la regione con il lavoro del publican?

Nel corso degli anni la richiesta di birra artigianale è aumentata, seguendo il trend nazionale, di conseguenza sono sorti nuovi locali specializzati, soprattutto beershop con mescita. In tutto ciò hanno giocato un ruolo decisivo: i festival e i publican che hanno spinto le persone ad apprezzare birre non standardizzate, ma anche i turisti provenienti da altre regioni che hanno alzato il livello generale. In principio c'era solo l'Agripub di Notaresco (Te) tuttora attivo e molto frequentato; oggi, senza stupore, potresti trovare birra artigianale anche nel bar sotto casa. Tra i locali che lavorano in maniera egregia segnalo: Old Sponge di Alba Adriatica (Te), Il Tasso Alcolico di Giulianova (Te), Pub Troll di Mosciano (Te), BeerBang di Teramo, Good Save the Beer a Roseto (Te), Arbiter Bibendi, Hop&Co, Luppoli&Grappoli, Shaka Brew a Pescara e Malt&Co a Chieti.

Eventi e cultura birraria in regione: come è messo l'Abruzzo?

L'evento principale è senza ombra di dubbio il Festival di Castellalto (15 edizioni). Nei primi giorni di agosto, per un'intera settimana, il piccolo borgo offre più di 200 tipologie di birra alla spina, accontentando tutti i palati, dai neofiti ai beer hunters più esigenti. Di appuntamenti ce ne sono tanti, tra i più affermati citerei: Un Borgo di Birra a Civitella del Tronto (Te), Il Festival delle Colline Teramane di Notaresco (Te), rassegna dei birrifici teramani, e Fermenti d'Abruzzo che si tiene a fine agosto a Pescara, con un ricco palinsesto e un'ampia partecipazione dei birrifici. cod 64994



MEZZOPASSO
UNA BIRRA PER OGNI PALATO

di ***Giovanni Angelucci***

«Il nome Mezzopasso viene dalla naturale predisposizione dei due mastri birrai Gabriele e Bernardo all'attesa e al "temporeggiare", meglio se davanti a una sana pinta. A parte gli scherzi, Mezzopasso è il nome che abbiamo dato alla nostra prima birra nel 2012, quando abbiamo aperto una beer firm (Fiscellus Mons) anziché un birrificio vero e proprio». A raccontarsi sono gli stessi **Gabriele Di Marcantonio** e **Bernardo Perfetti**, vertici del birrificio. Era il classico "mezzo passo" simbolo di tutta la loro storia birraia. Dal 2012, però, le cose hanno preso una piega più seria, fino ad arrivare nel 2014 all'apertura dell'attuale birrificio a Popoli (Pe).

Il tratto distintivo del birrificio è la varietà di tipologie proposte: «Ci piace spaziare nei diversi stili birrai, talvolta ritoccandoli con prodotti locali o secondo l'ispirazione della nostra fantasia. Richiamano il mondo anglosassone la Brit Best Bitter (4,4% Abv, "alcohol by volume", da spillare con la tradizionale pompa inglese), la Millican Extra (7% Abv, miglior Strong Ale italiana nel 2017), la Paranoid Porter (7% Abv, con cacao e arancia) e la Boxherb (9% Abv, barley wine). Appartengono alla sfera belga la Crevette Blanche (5% Abv, con coriandolo, camomilla a scorze di limone) e la Tripel allo zafferano Vox Popoli (8% Abv). Di taglio tedesco sono la Casello 54 (5,3% Abv, helles non filtrata), la Kris Pils (5,4% Abv) e la Imperial Pils (7% Abv). Ispirate alla tradizione luppolata del Nuovo Mondo sono Ipa (Autobahn, 6,5%), Red Stone (5,9% Abv) e la plurimedagliata Strike Apa (5% Abv). Infine, le birre legate al fenomeno brassicolo italiano delle Italian Grape Ale, a cui abbiamo dedicato una specifica linea produttiva 100% bio in collaborazione con una cantina abruzzese (Biga Blanche con mosto di uve Malvasia, Biga Rosè con mosto di uve Montepulciano, Biga Rossa con vino Montepulciano».



A Gabriele e Bernardo si aggiunge l'aiuto prezioso del birraio Bonifacio e del braccio armato tuttofare Giampiero, sempre immerso in carte e numeri. I ragazzi lavorano ad un impianto di produzione da 20 hl, a due tini, con una cantina di 8 fermentatori da 20 hl e un maturatore per la carbonazione delle birre in fusto. Nel 2019 sono stati prodotti circa 1.000 hl, con 20 tipologie di birre, disponibili in fusti e bottiglie (33 e 75 cl). cod 64929



PASTURANA
UNA RICETTA DAL PASSATO

Radicalizzazione nel Paese di origine già dal nome: Pasturana (Al), un piccolo Comune nel basso Piemonte. Ciò che ha motivato fin dall'inizio i soci è stata la passione per la birra di qualità e il desiderio di ritrovare la tradizione del passato, riportandola nel presente ed esaltandone la ricchezza intrinseca.

«Le birre Pasturana - racconta il mastro birraio **Simone Sparaggio** - si distinguono perché originali e tutte rigorosamente rifermentate. Sin dalla prima cotta del 14 maggio 2009, il "cavallo di battaglia" è la Filo d'Arianna, birra chiara, fruttata, con una leggera nota acidula che la rende molto dissetante e beverina. A questa si sono aggiunte dapprima le "base" Filo Doppio, Filo di Fumo e Filo Malpelo e, successivamente, un numero maggiore di referenze che comprende alcune birre prodotte regolarmente, come la Minotauro, Filo Forte, Filo da Torcere e Framboise, ad altre di produzione stagionale o occasionale».

Progettato autonomamente, l'impianto ha una capacità di circa 600 litri a cotta, per una produzione annua di circa 400 ettolitri. Nel 2019 sono state prodotte due birre maturate in barrique da grappa della distilleria Gualco, rifermentate in bottiglia: Miss Kriek e L'Ora Sesta, nate per essere assaporate lentamente, quasi come una grappa. (**G.A.**) cod 64783

BEN...BEVUTI AL SUD

HORA BENEDICTA, LA BIRRA DELL'ABBAZIA DI SAN MARTINO DELLE SCALE



di ***Gianni Paternò***



A San Martino delle Scale, frazione montana del palermitano, dal 1347 esiste un imponente monastero benedettino con una preziosa Abbazia. Per realizzare varie attività è nata nel 2009 l'associazione Hora Benedicta, il cui presidente è l'Abate, i soci le curano e organizzano per finanziare il Monastero. Appassionati e competenti di birre artigianali creano in Abbazia una birra che vince il concorso nazionale di birre di Natale per homebrewers. Decidono di metterla in vendita e si fanno collaborare dal primo birrificio artigianale siciliano Paul Bricius, che la produce.
Messa a punto la ricetta l'associazione e il birrificio la commercializzano dal 2012. Il marchio è Hora Benedicta Abbey Ale, la birra Monastic Beer, brassata con 6 malti, una miscela di erbe officinali dell'orto conventuale e spezie, tra cui liquirizia, semi di finocchio e genziana. Nel calice è color caffè, spuma nocciola discretamente persistente; al naso intense e corroboranti note di caffè, caramello, liquirizia, spezie balsamiche; al palato sapori tostati e mielati che riprendono i sentori nasali, amaro leggero piacevolmente rotondo, fresca tanto da non avvertire gli 8°. Forti del successo crea una seconda birra Blond Ale, anche nel nome, e questa volta diventa beer firm, con ingredienti fiocchi d'avena, di orzo e di frumento, malto d'orzo, niente spezie.
Ha colore giallo oro con evidente torbidità, spuma fine, compatta e persistente; all'olfatto si sente miele, pasticceria, agrumi, mandorla in un bouquet armonico; in bocca è setosa, avvolgente, fresca, beverina, con note tostate, un amaro evidente ma accattivante.
Due birre che dimostrano che non è necessario rivolgersi alle abbazie belghe per assaporare birre piacevoli, intense e particolari. Tutto il ricavato della vendita va al Monastero, i soci non prendono alcunché. cod 65106

BIRRIFICIO BI-DU, L'ISPIRAZIONE ARRIVA DAI SUMERI

Tra i birrifici più apprezzati c'è il lombardo Bi-Du. Il nome arriva dagli antichi sumeri (popolazione da cui si hanno le prime tracce di birra prodotta) ed era il salario degli operai che corrispondeva a circa 2 litri di "birra" al giorno, da qui la filosofia del mastro birraio (e fondatore) Beppe Vento, quella di ricercare ingredienti semplici ma allo stesso tempo di brassare birre di carattere e facili da degustare.
Il birrificio nasce a Rodero (Co) nel 2002 con un piccolo impianto da 200 litri, per poi spostarsi a Olgiate Comasco nel 2009, con un nuovo impianto da 1.200 litri che permette di produrre circa 10-14 cotte al mese. Le birre che più rappresentano il birrificio sono la chiara Rodersch (5% vol), la Artigian-ale, una strong bitter ale ambrata di 6,2% vol, e la Confine, birra scura (6% vol) di scuola anglosassone. (**G.A.**) cod 64784



JULIUS MEINL

UNA TAZZINA SOLIDALE PER UN MONDO MIGLIORE

La storica azienda austriaca lancia un progetto nato in collaborazione con I Bambini delle Fate, impresa sociale che si occupa di assicurare sostegno economico a progetti e percorsi di inclusione sociale a beneficio di famiglie con autismo e altre disabilità. Il progetto ha visto la creazione di una speciale tazzina da caffè, il cui piattino è stato disegnato dai ragazzi del progetto "Abilmente: un ponte tra scuola e lavoro" de I Bambini delle Fate ed Engim Veneto, che verrà venduta all'interno dei locali aderenti all'iniziativa "Pay With a Poem" (paga con una poesia) da marzo, e il cui ricavato andrà interamente a sostenere la sede di Thiene (Vi) di Engim.

"Siamo fatti di-versi perché siamo poesia": questa la frase donata da Guido Marangoni (autore del libro "Anna che sorride alla pioggia") al progetto di Julius Meinl e riportata sul piattino decorato dai ragazzi de I Bambini delle Fate, che ben rappresenta il senso della campagna e dell'impegno dell'azienda affinché l'ispirazione poetica aiuti a migliorare il mondo che ci circonda.





Il kit composto da tazzina, piattino e una confezione da 250 g di caffè macinato Giubileo 100% Arabica verrà venduto nei locali aderenti ad un prezzo consigliato di 14,90 euro: il ricavato servirà interamente a finanziare la ristrutturazione di un bar all'interno della struttura di Engim a Thiene, dove lavoreranno i ragazzi affetti da autismo e altre disabilità sostenuti dall'associazione.

Julius Meinl sosterrà I Bambini delle Fate anche attraverso la meccanica divenuta ormai un classico di "Pay With a Poem": recandosi nei locali aderenti il 21 marzo, Giornata Mondiale della Poesia, basterà scrivere una poesia per ottenere un caffè o un tè gratuito; per ogni poesia scritta, Julius Meinl farà una donazione a sostegno di un progetto che verrà realizzato da I Bambini delle Fate nella regione che avrà raccolto più poesie. cod 64969

Julius Meinl Italia
via Verona 70 - 36077 Altavilla Vicentina (Vi) - Tel 0444 334411
www.meinl.it



LA SAN MARCO UN MINI MODELLO PER BAR, PICCOLI RISTORANTI E B&B

Mentre si prepara a soffiare sulle sue prime 100 candeline, La San Marco di Gradisca d'Isonzo (Go) ha presentato a Sigep il "doppio" formato messo già in scena a HostMilano. Da una parte la neonata 20/20 Collection che, proprio in occasione di Sigep, si è arricchita di un quinto modello. Si chiama 20/20 Plug&Play ed è la nuova macchina multi-boiler a 1 gruppo. Semplice e versatile, si rivela ideale per bar, piccoli ristoranti, B&B.

Notevole appeal ha fatto riscontrare l'universo Leva La San Marco, con i grandi modelli di design tra i quali l'inconfondibile V6 a doppia bancata, candidata al Compasso d'Oro 2020. Attorno a V6 prende forma l'area Pull Your Own Coffee, nella quale i visitatori hanno potuto provare in prima persona il sistema di estrazione a leva La San Marco.

Tra le novità tecnologiche, è stato presentato il nuovo Fine tuning lever (Ftl) per il controllo misto dell'erogazione del vapore. In un unico meccanismo entrambi i sistemi per l'erogazione del vapore già presenti sulle macchine La San Marco: a vitone, con rotazione dell'impugnatura, e a leva, con movimento verticale e orizzontale. cod 64905

LE TANTE ANIME DI KIMBO DALL'ESPRESSO ALLA RISTORAZIONE



A Sigep 2020 la zona dedicata all'Espresso ha visto protagoniste le 15 miscele Kimbo dedicate alla linea bar, caratterizzate da origini selezionate in oltre 20 Paesi della fascia tropicale e da diversi profili di tostatura. Nell'area Bio gli operatori hanno potuto degustare Kimbo Bio Organic Fairtrade, miscela coltivata nelle migliori piantagioni biologiche del mondo in Nicaragua, Perù, India e Tanzania. Una proposta affiancata dal Caffè Espresso Crema Perfetta, certificato Utz, frutto di un'agricoltura sostenibile, garantita lungo tutta la filiera e secondo buone prassi produttive. La zona Brew Bar ha visto in primo piano la metodologia di hand brewing V60 e la Cuccuma, la tradizionale caffettiera napoletana reinventata in chiave più innovativa e internazionale.

All'interno dello stand è stata realizzata un'area dedicata alla ristorazione, con la presenza del Sistema Flexicup studiato per garantire un caffè espresso di altissima qualità in ristoranti, locali o discoteche, dove il numero ridotto di consumazioni non sempre garantisce una resa perfetta. cod 64914+

CAFFÈ CAGLIARI 10+ PER UN PRODOTTO TOP

Caffè Cagliari ha partecipato alla 41ª edizione di Sigep con uno spazio dedicato a Caffè Cagliari 10+. Studiato per i professionisti della ristorazione, è un sistema combinato macchina-capsula che unisce la qualità delle miscele Caffè Cagliari alla tecnologia della capsula Caffitaly System, che contiene 8 grammi di caffè ed è dotata di un doppio filtro che garantisce un'estrazione ottimale dell'espresso. Si tratta di monodose di caffè pregiatissimi, con un'ampia gamma di monorigini, che garantiscono alle attività di ristorazione chi non hanno nel caffè il business principale, un prodotto sempre e comunque di alta gamma. Nello stand della torrefazione modenese, in primo piano anche alla linea Puro, caffè monorigine che include un 100% Robusta dall'India e 100% Arabica provenienti da Brasile, Kenya, Costa Rica. A queste referenze è stata di recente affiancata la nuova monorigine 100% Arabica proveniente dalle isole di Papua Nuova Guinea. È caratterizzata da gusto dolce ed equilibrato con una piacevole armonia di note di cacao e di cereali. cod 64936








TRADIZIONE E AUTENTICITÀ
ARMAGNAC BARON DE SAINT-FEUX



Nascosta in un angolo pittoresco del Sud-ovest della Francia, la Guascogna è patria dell'Armagnac: una terra rigogliosa, un terroir perfetto, uno spirito straordinario. L'Armagnac è di fatto il più antico brandy di Francia e probabilmente anche il più antico distillato di vino del mondo. Fratello maggiore del Cognac, si ottiene in modo semplice e puro: succo d'uva fermentato, alambicco secolare in rame di tipo "armagnacais", botti di rovere francese nuove, l'affinamento e... il tempo. Tanto, tanto tempo. È distillato a temperature relativamente basse, per far emergere le caratteristiche aromatiche.

Nel 1310 Vital du Four, un monaco di Eauze, nel cuore della contea di Armagnac, descrive le 40 virtù di questo distillato in un'opera conservata ancora oggi nella Biblioteca Vaticana

Questo è Baron de Saint-Feux, un brand di Bas Armagnac che Bordeneuve Châteaux et Collections, azienda famigliare che produce e invecchia spiriti di qualità da generazioni, realizza attraverso l'utilizzo delle uve coltivate nel proprio vigneto, quali Ugni Blanc e Baco. Durante l'invecchiamento sono i tannini (legati alla tostatura del legno delle botti), l'arte del mastro distillatore e una grande pazienza, che esaltano la ricchezza e la percezione dei diversi livelli aromatici. Il risultato è un prodotto super premium, profondamente radicato nella storicità degli Châteaux che si dedicano alla produzione di Bas Armagnac autentici. Infine, sono imbottigliati solo al momento di ogni ordine, al fine di conservare il distillato in uno stato ottimale e mantenerne intatte tutte le caratteristiche.

Baron de Saint-Feux è oggi nel catalogo di Elegance Distribution, che ha selezionato per la distribuzione sul mercato italiano alcune chicche, tra cui un assemblaggio 10 Ans d'Age ed alcuni Millésime (1999-1989-1979-1969). Nello specifico, nel 10 Ans d'Age il distillato più giovane ha 10 anni, mentre i millesimati fanno riferimento ad una specifica annata, che rimane ad affinare per anni lontano dagli occhi indiscreti del mondo. Bas Armagnac importanti, intensi, profumati ed eleganti, con personalità sempre più articolate, ma ugualmente di apprezzabilità immediata. Tutto è espressione di un savoir-faire ancestrale, nel rispetto della tradizione. cod 64875

Elegance Distribution
via Farini 9 - 40124 Bologna
Tel 051 6486537
www.elegancedistribution.it

NEW GROVE EMOTION 1969
IL RUM DI MAURITIUS





di ***Davide Staffa***

I fratelli Harel decisero di fondare nel 1838 nel nord dell'isola di Mauritius un'azienda dedita alla coltivazione della canna da zucchero. Successivamente nacque la distilleria. Oggi la canna proviene da circa 7mila ettari e dalla melassa, dopo la fermentazione, si ottengono rum tramite la distillazione con un alambicco moderno a colonne multiple. Il distillato bianco viene poi messo ad invecchiare in barili di rovere francese e americana di secondo passaggio che vanno dai 170 ai 400 litri. Da una selezione di questi barili è nato il nuovo rum di punta dell'azienda: Emotion 1969, frutto di assemblaggi di vecchie botti risalenti appunto al 1969, fino al 2008. Ha una gradazione di 47 gradi e viene messo in commercio in eleganti decanter da 0,7 litri. In Italia è distribuito dalla Fine Spirits. cod 64600



ELISIR BORSCI S. MARZANO
UN RITORNO DA CAMPIONE

Il più antico liquore del Sud ancora in commercio è tornato a far parlare di sé, e su larga scala, grazie al Gruppo Caffo 1915 che lo ha acquisito potenziandone produzione e commercializzazione. Elisir Borsci S.Marzano è un liquore "polifunzionale" apprezzato da pasticceri, maestri del gelato, bartender, cuochi, palati raffinati. Un liquore-ingrediente che sa fare la differenza. Al 41° Sigep di Rimini Elisir Borsci S. Marzano si è distinto come prodotto di punta nell'ambito della 9ª Coppa del Mondo della Gelateria, conquistata dalla Nazionale italiana.

«Non potevamo non essere presenti a Sigep, una manifestazione così importante, strategica soprattutto per il mondo della gelateria e pasticceria. In particolare con il nostro Elisir Borsci S. Marzano, ingrediente speciale, sempre più apprezzato nelle preparazioni e gradito in ogni sperimentazione di gusto. Dal 1840», ha commentato **Nuccio Caffo**, ceo dell'azienda di Limbadi (Vv). cod 64947



GIARDINO DI FORMAGGI

WWW.IFSE.IT

Ingredienti per 4 persone

Piatto realizzato dagli studenti del Corso Superiore di Cucina Italiana (2019 - 2020)
IFSE Culinary Institute

Ingredienti

PER LA FROLLA

Farina di riso	g.	18
Farina debole	g.	18
Farina di mandorle	g.	10
Mandorle tostate	g.	15
Maltodestrina	g.	8
Parmigiano Reggiano	g.	10
Burro	g.	25
Tuorlo	g.	5

PER LE SFERE DI PERA E ROBIOLA DI ROCCAVERANO

Robiola di Roccaverano	g.	120
Polpa di pere kaiser cotta	g.	120
Colla di pesce	g.	2

PER LE PERE

Pere kaiser	g.	120
Miele di castagno	g.	6
Senape	g.	20
Foglie di Menta	g.	2
Formaggio testun con foglie di castagna	g.	120
Aceto balsamico tradizionale di Modena	g.	4

Procedimento

PER LA FROLLA

Impastate tutti gli ingredienti, formate un panetto e lasciatelo riposare in frigorifero per circa un'ora. Stendete l'impasto dello spessore di 3 millimetri e tagliate la sfoglia con un coppapasta della dimensione della base delle sfere, disponete i biscotti su un foglio di carta forno e fate cuocere il tutto a una temperatura di 180°C per circa 8 minuti.

PER LE SFERE DI PERA E ROBIOLA DI ROCCAVERANO

Setacciate la Robiola di Roccaverano e incorporate la purè di pera cotta. Attivate la colla di pesce con l'acqua e portatela a 60°C, incorporatela con una frusta al composto e inseritela con una sac a poche in stampi in silicone. Abbattete in negativo e sformate una volta surgelato.

PER LE PERE

Formate con uno scavino delle sfere di pera, inseritele in un sacchetto da cottura con il miele e la senape e condizionate al sottovuoto. Fate cuocere in bagno termostatico per 12 minuti a 88°C. Servite le sfere di Robiola di Roccaverano con il formaggio testun in scaglie le perle di pera e delle gocce di aceto balsamico tradizionale di Modena



ITALIAN IFSE FOOD STYLE EDUCATION Culinary Institute

Fotografie e Grafica: Pisano Saverio IFSE Culinary Institute



CORONAVIRUS

FUGA DA HOTEL E RISTORANTI

Il coronavirus continua a fare paura: bloccato il flusso di turisti provenienti dalla Cina, in tanti stanno rinunciando alle loro vacanze nel nostro Paese per paura di un contagio. Timori infondati, che però si stanno estendendo a macchia d'olio, con ripercussioni ancora imprevedibili, ma senz'altro molto gravi. La prima organizzazione a fare un conto approssimativo delle perdite, all'inizio di febbraio, è stata Federalberghi Roma, che ha quantificato in 500 milioni di euro le perdite per gli alberghi della Capitale.

«Facendo un paragone con quello che è successo con la Sars - ha dichiarato il presidente **Giuseppe Roscioli** - e stimando che questa situazione possa durare sei mesi, la perdita per gli hotel romani potrebbe ammontare a non meno di 500 milioni». Federalberghi ha dato il via a una raccolta di fondi tra gli associati per coprire, almeno in parte, le prenotazioni perse.

Intanto a Milano la comunità si è mobilitata per sostenere le attività dei cittadini stranieri: centinaia di milanesi si sono dati appuntamento in via Paolo Sarpi, nel cuore del quartiere cinese, per un pranzo collettivo a base di specialità cinesi e asiatiche, contro la psicosi che in queste ultime settimane sta svuotando i locali non solo nel capoluogo lombardo, ma un po' in tutta Italia.

E a rischio c'è anche l'export italiano in Cina. Dopo aver fatto segnare il record storico nel 2019 per un valore stimato in 460 milioni di euro, con un aumento del 5% grazie alla progressiva apertura del gigante asiatico a stili di vita occidentali, l'inizio del 2020 rischia di far segnare una brusca frenata, proprio a causa delle paure legate al coronavirus. «I vincoli ai trasporti per cercare di contenere il contagio - sottolinea la Coldiretti - si stanno riflettendo anche sulla logistica delle merci con incertezze e ritardi che impattano sugli scambi commerciali. A pesare sono anche i limiti agli spostamenti interni dei cittadini cinesi che cambiano le abitudini di consumo soprattutto fuori casa».

A pagare un conto salato rischia di essere dunque il Made in Italy a tavola con il vino che è il prodotto tricolore più esportato in Cina per un valore stimato dalla Coldiretti in 140 milioni di euro nel 2019. La Cina per effetto di una crescita ininterrotta della domanda è entrata nella lista dei cinque Paesi che consumano più vino nel mondo, ma è in testa alla classifica se si considerano solo i rossi. cod 65119



Economia e relazioni sociali compromesse dal coronavirus

di ***Alberto Lupini***

Il coronavirus che sta preoccupando il mondo è una realtà che per settimane, o forse mesi, sarà sotto l'attenzione di tutti. Non abbiamo titoli per parlare dello stato di pericolosità o meno di questa epidemia, né delle possibilità di contagio. Come tutti non possiamo non essere allarmati dalla quarantena imposta ad una regione della Cina che potrebbe contenere quasi tutti gli italiani. Possiamo solo tentare di fare qualche valutazione sulle più immediate conseguenze di questa situazione che rischia di aggravare i già difficili equilibri economici nel mondo. Un dato per tutti. Ci sono importatori italiani che sapendo che le merci cinesi possono impiegare anche settimane o mesi per arrivare da noi, si chiedono ora se al momento dello sdoganamento potrebbero essere bloccate, causandone la perdita. Molti potrebbero rinviare gli ordini, e questo, a cascata, porterebbe ad una crisi internazionale. E tutto perché c'è la remota possibilità che un virus di cui al momento si sa poco potrebbe anche sopravvivere fuori da organismi viventi, almeno per qualche periodo.

Una remota possibilità, che potrebbe diventare invece concreta quando a viaggiare sono le persone. Tanto che non a caso il governo di Pechino ha bloccato i movimenti interni e all'estero. Meno cinesi escono dai confini nazionali, più facilmente si potrebbe contenere e controllare in fretta il contagio. Con però tutte le conseguenze del caso, a partire dagli effetti negativi a cascata per chi si occupa di ospitalità d'affari o di turismo. Da qui la preoccupazione espressa da Confindustria Alberghi che già segnala cancellazioni di prenotazioni da migliaia di cinesi che a causa dall'epidemia del coronavirus sono costretti a casa.

Poche settimane fa, delegazioni italiane e cinesi di operatori del settore e istituzioni si erano incontrate a Roma per annunciare grandi aspettative per il 2020 quale anno della cultura e del turismo. In quell'occasione era stato annunciato un fitto calendario di iniziative volte a stimolare e potenziare lo scambio turistico tra i due Paesi. In questo senso va osservato che per l'Italia il mercato cinese è tra i più importanti per dimensione e capacità di spesa, mentre la paura legata alla propagazione del virus rischia di generare una serie di ripercussioni economiche su tutto l'indotto.

Il Belpaese è tra le mete preferite dai turisti del Dragone, tanto che l'anno scorso le presenze erano aumentate del 16% e in tutta Italia dalla Cina avevamo prenotazioni almeno fino a Carnevale, mentre le previsioni su base annua erano di aumenti, a seconda delle zone, fra il 20 e il 50%. Ora tutto questo rischia di saltare.

Ma c'è forse un pericolo ancora più grave. Sarà per il clima un po' troppo teso e sospettoso creatosi in Italia nei confronti dei "diversi", ma fa impressione la telefonata ad una radio di una mamma che si dice preoccupata perché la figlia aveva come compagna di banco una bambina italiana di origini cinesi. Se dovesse passare un clima da "caccia agli untori", oltre a giocarci la dignità e la civiltà metteremmo in discussione il futuro dei rapporti con un grande Paese che ci mette al primo posto come destinazione estera. Non dimentichiamolo. Il coronavirus prima o poi verrà sconfitto, ma la Cina resterà.

cod 65018





Una patologia che nel prossimo futuro potrebbe dare un duro colpo alla nostra economia, ma che rischia anche, nel frattempo, di portare alcuni italiani a classificare i cinesi addirittura come "untori"



MICHELA MOIOLI

LA DIETA DI UN ORO OLIMPICO

di ***Federico Biffignandi***

Per vincere un oro olimpico serve una combinazione perfetta di tanti fattori: il talento, ovviamente, la preparazione atletica, la fortuna, gli avversari, le condizioni atmosferiche e poi, non ultima, anche l'alimentazione. Lo sa bene **Michela Moioli**, 24enne di Alzano Lombardo (Bg), che a febbraio 2018 alle Olimpiadi di Pyeongchang ha conquistato la medaglia d'oro nello Snowboard cross. Quanto conti l'alimentazione per un atleta, soprattutto professionista, è ormai cosa arcinota; per qualcuno incide al 30%, per qualcuno anche di più, per Michela Moioli il peso che una dieta corretta ha in funzione di una performance raggiunge il 40%.

«Il mio non è uno sport di resistenza - commenta da Cervinia dove si trova per una delle prime gare di Coppa del Mondo - le mie gare durano poco più di un minuto per cui non ho regole così ferree a tavola. Ho imparato le linee guida però grazie a Elena Casiraghi, una nutrizionista di Enervit, però non sono ossessiva. Ho capito sul campo, con l'esperienza, di cosa avessi bisogno. Quello che tengo sempre presente è l'equilibrio tra proteine e carboidrati, ma non escludo nulla perché il nostro corpo ha bisogno di tutti i macronutrienti».

Il periodo delle gare per i "pro" richiede una vita monastica. Soprattutto quando la posta in palio è alta - come può essere un'olimpiade - il focus è al 100% su quella gara. Ma nello sport vige la legge per cui la gara altro non è che lo specchio dell'allenamento e allora anche per l'alimentazione c'è un distinguo abbastanza netto.

«In estate sono molto più rigida - ammette Michela - perché è la fase della preparazione dura, della costruzione dei muscoli, e il corpo ha bisogno di un carburante preciso che permetta di reintegrare ciò che si è perso, ma che non rappresenti mai un eccesso. Durante le gare invece mi concedo qualche grasso in più anche per sopportare meglio le temperature rigide che dobbiamo affrontare. Questo anche perché il mio non è uno sport dove un chilo in più o un chilo in meno

La bergamasca si è laureata campionessa olimpica nell'ultima edizione dei giochi, specialità Snowboard cross. Ci racconta la sua alimentazione tra sfizi e sacrifici, equilibri e necessità per corpo e mente

incide sulla prestazione (come può essere il ciclismo), anzi: a volte un po' più di massa aiuta dovendo correre in discesa».

Alimentare il corpo, certo, ma la mente è un motore prezioso nello sport. E allora a tavola qualche "sgarro" ce lo si può consentire, anzi: bisogna concederselo. «Se sento che la mia mente ha bisogno di qualcosa di buono, che mi soddisfi, mi concedo un dolce piuttosto che una pizza - ammette la campionessa bergamasca - bisogna sempre sapere fino a che punto ci si può spingere, ma senza imporsi limitazioni forzate. Anche perché, ripeto, il nostro è uno sport esplosivo, non bisogna presentarsi scarichi al via, può essere che serva qualcosa per tirarsi su».

Già, la pizza: il piatto a cui l'oro olimpico non può rinunciare è proprio la pizza perché «ogni tanto fa bene all'umore».

E poi c'è la Michela Moioli ai fornelli che cattura qualche segreto dalla nonna e dalla sua cucina bergamasca doc, anche se i suoi piatti migliori non provengono dalla sua terra: «Ai fornelli me la cavo bene - spiega - ho imparato ad arrangiarmi. Cucino piatti semplici, senza lunghe lavorazioni, ma che mi soddisfino. Me la cavo bene con il pesce, mi piace cucinarlo al forno».

Determinata, umile, convinta, concreta ed illuminata: Michela Moioli è fuori dalla pista quella che è in pista. Ha iniziato la stagione al meglio, punta alla Coppa del Mondo (con tutti i dovuti scongiuri) consapevole della forza delle avversarie. Ma anche della sua. Pronti a festeggiarla con una super pizza nel caso portasse a Bergamo la Coppa di cristallo. ▶ cod 64540

NO AL DETOX SFRENATO

di ***Federico Biffignandi***

Il miraggio del tanto abusato "detox" impazza. Ma, come sempre, nell'epoca del tutto e subito non solo si rischia di sbagliare, ma addirittura di fare dei danni ulteriori alla salute. A mettere un po' di ordine è il nutrizionista **Sacha Sorrentino** che inquadra la situazione nella quale si "invischiano" molti italiani e indica poi alcune strade più "lente", ma più efficaci e salutari.

«La parola detox - spiega Sorrentino - può appartenere ad un atleta professionista che nei giorni successivi ad una maratona segue un regime alimentare che lo aiuta ad espellere le tossine accumulate durante la competizione. Non può entrare nel linguaggio di una persona comune che segue già un'alimentazione sana. La parola detox la prende in considerazione chi è un neofita, la persona che ha spesso problemi di dimagrimento, che ha lottato in passato con varie diete e quindi è capace addirittura nei dieci giorni di Natale di mettere su 3 chili. Proprio queste persone dovrebbero ragionare sul fatto che non è che si fa un detox di 7 giorni e poi si ricomincia a mangiare come prima, anche perché se si fa un detox di 7 giorni si perdono chili, ma in che modo? Si perde forse acqua, ma non si perde grasso».

L'educazione alimentare insomma deve essere alla base della piramide, altrimenti crolla tutto. Prima di passare alla pratica è bene acquisire alcune nozioni teoriche apprendendole da un professionista. Ad esempio, non si può iniziare una dieta - soprattutto dopo un periodo di "sgarri" prolungati - senza comprendere l'importanza della salute dell'intestino, il nostro "secondo cervello".

«La salute dell'intestino - prosegue Sorrentino - è un aspetto fondamentale. Da qui bisogna partire anche per accettare il fatto che mettersi a dieta dopo il periodo natalizio può risultare più complesso perché la grande quantità di zuccheri che abbiamo ingerito lo ha abituato ad uno stato di continua fermentazione. Bisogna avere molto equilibrio in questo periodo e non ridurre drasticamente la quantità di zuccheri appunto perché sottoporremmo il nostro organismo ad uno stress dannoso».

«Quando una dieta è equilibrata - conclude Sorrentino - non si perde più di 0,5-1 chilo a settimana, se si perdono due chili a settimana non va bene, vuol dire che si sta sbagliando qualcosa, che è troppo squilibrata, che è troppo "stressogena" per il corpo, quindi anche quello non va bene. Ci vuole il tempo giusto, tra i 2 e i 4 chili al mese di dimagrimento può essere un andamento corretto, sempre considerando che ogni dieta, ogni storia e ogni organismo richiedono un trattamento a sé, personalizzato e non standardizzato». ▶ cod 64740





L'appuntamento si sviluppa all'interno di fiere internazionali e prevede una serie di appuntamenti dedicati al business degli alimenti "free from", con un'area espositiva e approfondimenti ad hoc

FREE FROM HUB

NUOVO FORMAT DEDICATO AI CIBI "SENZA"

Nelle scelte di consumo alimentare degli italiani per il 2020 si afferma un nuovo connubio tra la costante attenzione ad un'alimentazione salutare e di qualità e un nuovo ritorno alla tradizione. Per i prodotti etnici, vegani, gluten free e lactose free nel 2020 è previsto un incremento della quota di coloro che prevedono di far crescere la spesa. E c'è poi una piccola parte di popolazione che non ha mai provato questi prodotti e che intende approcciarli per la prima volta.

Secondo IRI, l'istituto specializzato nelle ricerche di mercato, negli ultimi quattro anni le vendite a volume dei prodotti senza glutine sono cresciute del 15,5% e i ristoranti che offrono piatti senza glutine sono aumentati del 58%. Un dato importante se si considera che la popolazione a cui è stata diagnosticata un'intolleranza arriva a malapena al 10% totale.

Sulla scia della continua evoluzione dei consumi "free from", dal know-how e dall'esperienza di Bologna Fiere e BOS srl è nato Free From Hub, un appuntamento studiato per il mercato di chi ricerca cibi privi di ingredienti a cui vengono attribuite le cause di intolleranze o allergie. Il format si sviluppa all'interno di piattaforme fieristiche internazionali dedicate a grande distribuzione, farmacia/parafarmacia, erboristeria, Horeca, biologico e commercio.

Free From Hub prevede una serie di appuntamenti internazionali dedicati al business degli alimenti free from che saranno caratterizzati da un'area espositiva, con contenuti e approfondimenti sulle tematiche rilevanti del settore. L'idea è quella di svilupparsi all'interno di manifestazioni già consolidate con target di riferimento ben chiari, in modo da poter accontentare tutti gli stakeholder del mercato odierno e diventare l'unico punto di riferimento per il comparto free from italiano e internazionale. cod 65104

MOLINI AGUGIARO & FIGNA S.P.A.

Storie di farina

Sostenitore Ufficiale Slow Food® Italia

Pensare insieme il futuro del cibo -

#EXPRESSYOURSELF

NEW YORK, ORE 9:00 PM

Ogni pizzaiolo ha una storia da raccontare che svela attraverso le sue ricette.



Come Antonino che ha scelto di portare oltre oceano la sua passione per la pizza. Nel suo laboratorio di New York crea impasti unici e dall'alto valore nutrizionale, perché realizzati con Nucleo Pizza Rustica e farina 00. Ed è così che ha conquistato i palati più esigenti e gourmet della Grande Mela.

le5stagioni.it
curtarolo@agugiarofigna.com · +39 049 9624611



LA PASSIONE PER LA PIZZA



PIZZA E CUCINA TOSCANA AL MALBORGHETTO

di ***Gabriele Ancona***

Il ristorante è guidato da Giuseppe Ferraro, che è anche presidente dell'Associazione Cuochi Senesi. Il menu ha un'impronta regionale con ricette di terra e di mare, senza dimenticare la pizza

Dal 2009 sulla cresta dell'onda, il ristorante pizzeria Malborghetto si trova nel cuore di Siena. Lo guida, coadiuvato dalla moglie, **Giuseppe Ferraro**. Non una toque qualsiasi, ma il presidente dell'Associazione Cuochi Senesi, delegazione provinciale della Fic-Federazione italiana cuochi. Una carica istituzionale che è anche un richiamo per la clientela, un biglietto da visita di rilievo. Un'attenzione ben ricambiata sia a livello gastronomico che umano.

«Mi piace il confronto e il contatto con la gente», sottolinea Ferraro, cuoco calabrese che si è spostato in Toscana da ragazzo per amore di questa regione e della professione. Oggi, a 44 anni, ha le sue radici qui. Basta dare un'occhiata al menu per coglierne l'impronta regionale a tutto tondo, con ricette di terra e di mare. Non poteva mancare la pizza, piatto nazionale per eccellenza e che in una città a elevata vocazione turistica sarebbe un autogol non prevedere.

La carta è ricca, studiata per sostenere le esigenze di un centinaio di coperti. Palati dalle aspettative rigorose. Tra sala e cucina, oltre ai titolari, 6 addetti tengono alto il livello di accoglienza del Malborghetto. Tra gli antipasti, da segnalare la Girandola di crostini misti, il Tagliere di formaggi con

miele di Montalcino, gli immancabili salumi toscani e la Zuppetta di moscardini.

Una ventina i primi piatti, un mosaico di sapori della tradizione: Risotto ai funghi porcini o alla pescatora, Ribollita, Pappa al pomodoro, Pici alla contadina. Una ventina, tra ricette di carne e di pesce, i secondi. I "desiderata" diventano realtà quando vengono servite fiorentine, braciole ai ferri, grigliate miste di carne e di pesce. Molto apprezzati i gamberoni alla brace e al cognac, così come gli scampi alla griglia. E poi pizze, calzoni e ciaccini (focacce senesi) in una trentina di declinazioni.

Atmosfera e tipicità gli ingredienti di una formula efficace, mentre in cucina si utilizzano solo materie prime affidabili, che siano una garanzia reale quando a tavola si intrecciano lingue diverse, che hanno come comune denominatore il desiderio di mangiare italiano. Quindi selezione e ricerca in primis: «Andiamo sul sicuro con i prodotti Cirio Alta Cucina - spiega Ferraro - che si fregiano, tra l'altro, del riconoscimento "Approvato dalla Fic". È l'unico pomodoro scelto dalla Federazione italiana cuochi. Per il reparto pizzeria, al Malborghetto utilizziamo Cuor di Pelato e Cuor di Pomodoro Cirio Alta Cucina, mentre in cucina facciamo largo uso dei Datterini». Questi ultimi, in particolare, si mantengono intatti durante la cottura grazie alla buccia sottile e, se schiacciati, rilasciano il succo che si addensa in una salsa legata e ricca di sapore. «Sono ottimi con le vongole veraci o con i rigatini senesi ai porcini». Parola di Giuseppe Ferraro.

cod 64816

Ristorante Pizzeria Malborghetto
via Porta Giustizia 6 - 53100 Siena
Tel 0577 289258
www.cirioaltacucina.it



di *Alberto Lupini*



IL PESCE D'INVERNO IN TAVOLA DA FRANCO MARE

Ricerca, qualità e scelta di uno staff sempre più preparato: sono questi i presupposti con cui ha aperto Franco Mare nel 2005 a Marina di Pietrasanta (Lu). Un locale che fin da subito si era fatto notare, soprattutto per la proposta di qualità, che oggi ha raggiunto nuovi importanti livelli grazie ad **Alessandro Ferrarini**, che da poco meno di un anno guida la cucina dopo essere stato sous chef. Franco Mare può competere alla pari coi blasonati locali dell'attigua Forte dei Marmi, è una meta di sicuro interesse considerando le proposte del 34enne cuoco che si era formato al "De Filippi" di Varese e aveva avuto interessanti esperienze con Gioacchino Pontrelli (Lorenzo - Forte dei Marmi) e con lo stellato "Schuman" sul lago Maggiore, oltre a quelle al Grand hotel Imperiale di Forte dei Marmi e al ristorante il Quirinale di Ginevra.

Pur essendo in una località di mare, Franco Mare non chiude nel periodo invernale, anzi: Alessandro insiste su creatività, talento e prodotti del territorio. Parte dalla scelta della materia prima, sempre di stagione, e da lì unisce la conoscenza del singolo prodotto ad un innato spirito di ricerca, che si concentra sul dettaglio e su un'evoluzione della tradizione: «Cerchiamo di tramutare l'alimento che abbiamo scelto in qualcosa di innovativo, sempre rimanendo concentrati sul territorio», da intendersi sia come ingredienti che come tradizioni.

La maggior parte della carta nasce dal pescato del mar Tirreno, a due passi dal ristorante: «Quei pesci tradizionali che ci portano i nostri pescherecci... Anche il papà di Davide Stefanini, proprietario e direttore del locale, ha una barca sua e va a pescare. Passiamo dal crostaceo ai molluschi... Un po' di tutto». Nascono così piatti curiosi e intriganti come la Tartare di ombrina racchiusa in una finta oliva o il Gambero rosso, cetriolo, mela verde, daikon e caviale; la Seppia e puntarelle; il Baccalà in olio cottura con gocce di pomodoro e capperi croccanti.



Alessandro Ferrarini (al centro) e lo staff di Franco Mare

È questa la filosofia di Ferrarini: «Una cucina che guarda al territorio con un tocco di innovazione». Perché «la qualità del prodotto è fondamentale», ma perché si esprima al meglio nel piatto è necessario «aggiungere la tecnica, per riuscire a chiudere il cerchio». Ecco allora proposte come le Bavette alle cime di rapa con caviale di colatura e acciughe, spuma di cime di rapa e pane croccante, o ancora l'Aragosta cotta a bassa temperatura, condita con una riduzione di pollo, lattuga condita di gin, mandorle e pollo croccante.

Non solo pesce da Franco Mare: lo chef spazia dal Piccione glassato al forno con salsa al ribes rosso e foie gras (impiattato direttamente al tavolo), al Riso al salto con ossobuco alla milanese, «un piatto che a me sta molto a cuore, perché è il ricordo di quello che cucinava mia madre. Qui l'abbiamo interpretato alla nostra maniera». cod 64721

Ristorante Franco Mare
via Lungomare Roma 41 - 55045 Marina di Pietrasanta (Lu) - Tel 0584 20187
www.ristorantefrancomare.com






MERCATO, LUOGO DI FASCINO RAVENNA E ROMA ALL'AVANGUARDIA

Recupero, trasformazione e valorizzazione del patrimonio esistente: un'opportunità reale per la vera trasformazione delle città, non solo in termini urbanistici, ma soprattutto economici e sociali. È quanto sta accadendo oggi in molte città italiane e non solo, dove una serie di operazioni brillanti, frutto dell'intuizione di grandi imprenditori e dell'intervento di Costa Group, hanno portato all'apertura (spesso riapertura) di importanti poli del cibo.

Struttura inaugurata nel 1922, il **Mercato Coperto di Ravenna** ha riaperto le porte grazie alla collaborazione tra Coop Alleanza 3.0 e Molino Spadoni, e grazie al coraggio di ricercare nel passato la chiave per il futuro. Gli arredi provengono da un intenso percorso di ricerca: si tratta di pezzi unici, sia per la loro originalità sia per il modo in cui sono stati contestualizzati e attualizzati, consentendo ai consumatori di immergersi pienamente nel fascino delle diverse epoche attraversate dal Mercato. Un "gioco di incastri" fatto di grande attenzione ai materiali, alle loro lavorazioni e alla coerenza con il luogo, per restituire uno spazio unico, piacevole e accogliente. È intervenuta la creatività di molti artigiani: falegnami, fabbri, elettricisti e tappezzieri, coordinati da Costa Group che firma, oltre al progetto generale, il restauro e l'integrazione dell'arredo.

Plebiscito Roma è uno spazio di oltre 600 mq all'interno del Palazzo Doria Pamphilj, suddiviso in stanze e aree ognuna con la propria proposta gastronomica: per il centro storico di Roma rappresenta, senza esagerare, il più grande progetto food dell'ultimo periodo. Poter lavorare in questa cornice e ridare vita attraverso l'arredo a questo luogo ha rappresentato per Costa Group un enorme privilegio. Si inizia il percorso dal caffè Toraldo, a seguire le specialità del Gastronomo Posti e i superfoods delle Açai Sisters, format di grande successo a Milano e che, con Plebiscito, sbarca per la prima volta nella Capitale. Si continua con altrettanti produttori e distributori: dal tartufo alla mozzarella di bufala fino ai prosciutti premium Rovagnati con le mitiche affettatrici Berkel. Sale d'onore dedicate anche all'olio, alla pasta fresca e al pesce. Qui cultura gastronomica e architettonica trovano perfetto equilibrio con elementi di attualità: le volte e il pavimento a marmette del 1800, con il loro fascino storico, sono stati integrati all'interno di un progetto moderno e attuale a cura degli architetti Gundi Widmann ed Eleonora Vitellozzi, in collaborazione con Costa Group. cod 64952

Per informazioni:
www.mercatocopertodiravenna.it
www.mercatoplebiscito.com





COPPER 23

PIZZA CREATIVA SUL LAGO TRASIMENO

di ***Gabriele Ancona***

È stato inaugurato il 28 novembre e Magione (Pg), cittadina su una collina che si affaccia sul lago Trasimeno, gli ha tributato un'accoglienza calorosa. Copper 23 è un locale dinamico, polifunzionale e dall'orario lungo. Un luogo d'attrazione che è partito con il piede giusto, nonostante siamo ancora in inverno. La formula integra caffetteria, pizzeria e cocktail bar. Dalle 6 del mattino all'1 di notte intercetta le diverse richieste della clientela e tutte le fasce di consumo.

Un locale polifunzionale che integra caffetteria, cocktail bar e pizzeria. Le farine utilizzate sono quelle della linea Le 5 Stagioni di Agugiaro&Figna Molini

Un'insegna che si sta rivelando un divertente luogo di aggregazione sociale voluto dai giovani fratelli **Lorenzo** e **Michele Panìco** (27 e 22 anni), che la sanno già lunga. «Un richiamo seducente - spiega Lorenzo - è rappresentato dalla musica, che qui non manca mai. Band dal vivo, dj set e piano bar rappresentano la nostra colonna sonora».

Un ulteriore "canto delle sirene" viene interpretato dalla pizza. Copper 23 sviluppa una sessantina di coperti e propone un menu che conta nove ricette classiche e altrettante di fantasia. Impasti, farciture e forno sono nelle mani di **Cristian Brugnoni**. «Le nostre pizze classiche - racconta - sono quelle irrinunciabili della tradizione. Quelle di ricerca sono creative già a partire dai nomi, che presentano solo verbi all'infinito: Creare, Vivere, ecc.».

Tra le più apprezzate, "Essere", a base di gorgonzola, mele, pere e noci, e "Godere", con una farcitura ricca che prevede pomodoro, mozzarella di bufala, pistacchio, mortadella e glassa di aceto balsamico. Gastronomia e territorio si miscelano in quella che si sta rivelando una pizza top: mozzarella, tinca affumicata e fagiolina del Trasimeno sono gli ingredienti di "Navigare".

I fratelli Panìco e Cristian Brugnoni sul fronte farine non hanno avuto esitazioni e si sono orientati su Le 5 Stagioni, la linea dedicata alle pizzerie di Agugiaro&Figna Molini. Grani Antichi, L'Integrale e le classiche sono le referenze presenti sul banco di lavorazione. Grani Antichi è indicata per impasti che necessitano di medio-brevi lievitazioni o di un processo di lavorazione molto lento e accurato, mentre L'Integrale è una speciale farina di grano tenero integrale a crusca fina ottenuta dalla macinazione di grani di forza. È adatta a tutti gli impasti diretti e indiretti, dove si richiede un'ottima elasticità e un elevato assorbimento d'acqua. Tra le classiche, La Oro si rivela adatta a tutti gli impasti diretti e indiretti con lunga lievitazione, dove si richiede un'ottima elasticità. «Farine che assicurano un prodotto finito caratterizzato da leggerezza, estrema digeribilità e tanto, tanto gusto», conclude Brugnoni. cod 64879

Copper 23
viale Umbria 23 - 06063
Magione (Pg) - Tel 075 4656778
www.facebook.com/copper23magione

PALERMO EAT&DRINK

L'ACQUARIO STEAK & SUSHI

di ***Gianni Paternò***

Da pochi mesi a Palermo, un ristorante di gran classe che nasce dalla ristrutturazione di un piccolo teatro. Tutto legno e luci particolari, un ambiente che s'ispira all'arredamento giapponese, ma senza copiare. Dedicato al sushi ed al cibo orientale, ma di altissima qualità; pesce freschissimo, astici, granchi, salmoni. Ai fornelli a vista una collaudata brigata filippina guidata da BJ. Trovate il sushi nella versione classica, ma specialmente una in una reinterpretazione più mediterranea, più consona alle nostre tradizioni, quindi marinature, condimenti sempre a base di mare, alcuni addirittura tiepidi. L'Acquario Steak & Sushi non è solo mare, anzi, per gli appassionati della carne è un paradiso: una grande griglia a carbone che cuoce a puntino le migliori carni internazionali, Kobe, scottone, Rubia, Vaca Vieja, Chianina, un assortimento di costate, t-bone e filetti da far arrossire le più rinomate steakhouse.
Da non confondere con un quasi omonimo ristorante nelle vicinanze.
cod 65051

L'Acquario Steak & Sushi
piazza Don Bosco 11 - 90143 Palermo
Tel 091 228434
www.facebook.com/acquariosteakesushi





ROMA EAT&DRINK

NUOVA LOCATION PER 'GUSTO AMPI SPAZI, DEHOR E SUGGESTIONI



di ***Mariella Morosi***

Dopo oltre due decenni a piazza Augusto Imperatore, 'Gusto si sposta in piazza S.Apollinare, proprio di fronte a piazza Navona, nei locali di un altro ristorante, "Il Passetto", che ha segnato il panorama ristorativo capitolino già dai primi del '900. La proprietaria, **Alessandra Marino**, non ha voluto interrompere il dialogo con i luoghi storici della città. «Avevo bisogno - dice - di altezze importanti, di grandi spazi, sia all'interno sia all'esterno, e di un dehor importante, ma anche di suggestioni».
E qui ha trovato ciò che cercava: dalla sala Bella Époque sui toni rosa e oro a quella Corallo fino alla Sala Cucchi affrescata dal pittore con il "Il Nuotatore", lungo ben 7 metri. La Sala Picasso invece accoglie chi entra da via Zanardelli con un manifesta del 1953, un enorme specchio che riflette la luce delle finestre e l'illuminazione affidata alle Akari Light Sculptures progettate dal designer Isamu Noguchi nel 1951 e alle Potence Pivotante dì Charlotte Perriand. La formula gastronomica del nuovo 'Gusto, con 300 coperti e il dehor, rispetta e rafforza le scelte di sempre: specialità italiane, attenzione alle materie prime e alle cotture, carta dei vini. La brigata di cucina e il personale di sala sono gli stessi del vecchio ristorante. In menu tutte le paste della tradizione: Amatriciana, Carbonara, Gricia e poi la Lasagna alla Bolognese, i Tortellini in brodo e le Fettuccine ai frutti di mare. Tra i secondi tanti i piatti di carne e i classici di pesce. Non mancano i fritti e un'attenta selezione di salumi e formaggi, ritrovano il loro posto anche la Rotisserie e l'Hamburgeria e le uova con Frittata provola e patate, Frittata zucchine e menta e al tartufo. Di rigore olio evo laziale di Alessandro Musco e dolci fatti in casa. Ma non sarebbe 'Gusto senza la pizza romana. Anche il sabato e la domenica sono un omaggio alle vecchie abitudini di 'Gusto con il brunch; così come gli spuntini disponibili tutto il giorno o la sala per il tea time. cod 64997

'Gusto
piazza di S.Apollinare 41 - 00186
Roma - Tel 06 62286019
www.gusto.it

NEL CUORE DI BERGAMO UN ANGOLO PUGLIA

di ***Roberto Vitali***

Si chiama "Ristoro Pugliese", un locale condotto da due fratelli, Monica in cucina, Ivano in sala, che di cognome fanno Vitale e sono a Bergamo da sette anni. A loro si è aggiunto Giorgio che, dall'alto della sua esperienza, completa una équipe affiatata e dinamica.

I Vitale sono ristoratori da generazioni, perché questo lavoro i loro antenati lo hanno sempre svolto, a Bari e leggendo il menu arriva subito in bocca l'acquolina del desiderio. Già nel buffet, preparato due volte al giorno, c'è tanto: tutte le verdure più tipiche, alle quali alla sera e nel weekend si aggiungono i sott'oli e le mozzarelle di Andria. Senza dimenticare olive, lampascioni, pane di Altamura e frittatine varie. Tra i primi piatti, non possono mancare le Orecchiette con le cime di rapa, Fave&foglie, Orecchiette con la "brasciola", Troccoli alla zinzulusa. L'elenco potrebbe continuare. Senza contare la lavagna dove sono indicati i "piatti del giorno". Prezzi equi. cod 65029

Ristoro Pugliese
via Torquato Tasso 96 - 24121 Bergamo
Tel 035 257224
www.ristoropugliesebg.com





MILANO EAT&DRINK

HIROMI CAKE IL GIAPPONE IN VERSIONE DOLCE

di ***Gabriele Ancona***

Dopo il successo ottenuto a Roma, tanto da raddoppiare in primavera con un nuovo punto vendita, Hiromi Cake, insegna che identifica la pasticceria giapponese, ha aperto a Milano.

Una sola vetrina che si affaccia su uno spazio studiato per l'asporto, ma che lascia qualche sgabello adiacente al banco espositivo e tre tavolini per chi preferisce rimanere immerso in questo ambiente dove predominano tonalità che invitano al relax. In vetrina due tipologie di dolci, Wagashi e Yogashi, in diversi assortimenti.

Wagashi (Wa significa Giappone) è la tradizione che qui si declina in Dorayachi (nei gusti azuki, sesamo, mascarpone e mela, yuzu, arachide) e Daifuku (miso, fagioli bianchi, agrumi; azuki e fagioli rossi; fagioli bianchi e yuzu).

I dolci Yogashi (Yo viene tradotto con "Occidente") sono invece ricette importate dalla Francia intorno al 1912 e rivisitate in stile giapponese. Elaborazioni più leggere, con meno zucchero e più ingredienti tipici. Sono improntate alla filosofia Kaizen, che prevede un continuo miglioramento, un costante divenire. Un esempio è rappresentato dalla Yuzu Tarte a base di burro, zucchero a velo, sale, uova, farina di frumento, vaniglia, limone, yuzu, mandarino, bergamotto. Immancabile l'abbinamento con i tè.

Hiromi Cake ha un orario lungo, dalle 8 alle 22, in modo da soddisfare ogni fascia di consumatore promuovendo i sapori della tradizionale pasticceria giapponese.

cod 64478

Hiromi Cake
Pasticceria giapponese
viale Coni Zugna 52 - 20144 Milano
Tel 02 09942512
www.hiromicake.it



TORINO EAT&DRINK

LA TORINO DI UNA VOLTA ALL'ALBERGO RISTORANTE SAN GIORS



di ***Piera Genta***

Locale affascinante in uno degli angoli più suggestivi della città dove si vive l'atmosfera della Torino di una volta. Tutto legno e specchi, è stato luogo di incontro per artisti e viandanti e dal 2013 fa parte dell'associazione dei Locali Storici. Caposaldo della cucina piemontese interpretata correttamente dal giovane chef Paolo Ribotto con tanta attenzione alla qualità dei prodotti che vengono acquistati dai commercianti del vicino mercato di Porta Palazzo.

Assolutamente da provare il bollito misto servito individualmente in pentola di terracotta con il suo brodo, accompagnato dalle salse, dalle verdure di stagione e da un assaggio di plin fatti in casa che si devono immergere nel brodo per completarne la cottura. E tra gli evergreen piemontesi la finanziera e la bagna cauda in cui, in aggiunta alle verdure crude e cotte, troviamo la salsiccia di Bra e, per completare il rito finale, l'uovo di gallina da cuocere nel recipiente vuoto.

Anche la carta dei vini è pensata per la valorizzazione del territorio, con qualche etichetta al di fuori del Piemonte. Pane, grissini e pasta fresca (rigorosamente con 30 tuorli) sono fatti in casa. Ottimo rapporto qualità/prezzo. Disponibile una formula pranzo e un menu degustazione. cod 64598

Albergo Ristorante San Giors
via Borgo Dora 3/A - 10152 Torino
Tel 011 5216357
www.sangiors.it

BOLOGNA EAT&DRINK

SCACCO MATTO, MIX DI TRADIZIONE E FANTASIA



di ***Giuseppe De Biasi***

In una Bologna che ha fatto della ristorazione uno dei suoi atout storici (e turistici) di certo non mancano chef di buon livello, ma quelli di culto, si contano sulle dita di una mano. Fra questi annoveriamo, senza ombra di dubbio, due sodali come Max Poggi e Mario Ferrara. Rimandando alla prossima rubrica il racconto di Max, ci concentriamo sullo "Scacco Matto" di Mario Ferrara, lucano di Sant'Arcangelo, ma da qualche decennio bolognese di adozione. Uno stile che ricerca la semplicità e l'essenza della materia prima. Il menu è un equilibrato mix di tradizione lucana, rivisitazioni felsinee e suggestioni ricavate dai suoi viaggi per il mondo.

In sala il testimone è passato da pochi mesi al giovane figlio Simone. Così a 33 anni dal suo esordio nella storica via Broccaindosso, lo "Scacco Matto" si conferma un luogo dove apprezzare piatti dai sapori casalinghi, innervati da invenzioni e tecniche da "haute cuisine". cod 65037



Ristorate Scacco Matto
via Broccaindosso 63/B - 40125
Bologna - Tel 051 263404
www.ristorantescaccomatto.com

AL MELIÁ DI GENOVA RELAX E ANTISPRECO



di ***Leonardo Felician***

Grazie alla sua posizione in un tranquillo viale nel quartiere Carignano, costruito nel primo Novecento, il Meliá Genova è un raffinato boutique hotel adatto a soggiorni di affari e di svago, ma ideale anche per una fuga romantica. Tutte le 99 camere e suite sono pensate per donare quiete e relax, in un ambiente moderno e dalla sobria eleganza. Per scelta del gruppo i materiali di consumo nei bagni sono disponibili solo su richiesta, l'ecosostenibilità è infatti parte della cultura della catena spagnola. cod 65036

Hotel Meliá Genova
via Corsica 4 - 16128 Genova
Tel 010 5315111
www.melia.com

VISSANI A ROMA PUNTA SUL LOW COST

L'obiettivo dichiarato non è quello di andare a caccia di stelle, soprattutto in un momento in cui c'è da digerire anche quella che ha perso due mesi fa in Umbria. La nuova sfida di **Gianfranco Vissani** è a Roma, dove a febbraio aprirà il suo nuovo locale. I rumors che si rincorrevano da qualche tempo, stanno pian piano confermandosi.

Il locale si chiamerà "Il tuo Vissani" e aprirà nel centro storico della capitale, a due passi da piazza Navona e corso Vittorio Emanuele. Non ambirà ai riconoscimenti della cucina gourmet, sorgerà nei locali dell'ex Pantaleo Food Wine Mixology e ne conserverà alcune caratteristiche, a partire dall'aperitivo, che sarà offerto con tapas, insalate e panini. La filosofia è semplice: piatti veloci, leggeri, ben cucinati, con materie prime di qualità e soprattutto a prezzi accessibili.

Dopo l'annuncio dell'apertura di un ristorante nella capitale datato ormai 2014 (che doveva rientrare all'interno di un più ampio progetto, che coinvolgeva anche altre città), ora il cuoco umbro realizza il suo programma con un format nuovo, tutto suo. cod 64949





NAPOLI EAT&DRINK

STAJ È FUSIONE DI CULTURE



di ***Vincenzo D'Antonio***

In un mondo pervaso dalla mobilità cosiddetta 4.0, il concetto stesso di cucina etnica si modifica ed evolve con consapevolezza verso l'intrigante bellezza della cucina fusion. È quanto piacevolmente accade da Staj, il nuovo minuscolo locale ubicato in quella bella zona di Napoli appena retrostante la Villa Comunale. In cucina lo chef Lucio Paciello, 35 anni, parte...nopeo e - se il calembour ci è consentito - parte...cosmopolita, dacché ha vissuto e lavorato per alcuni anni nel Far East asiatico. Lodevole la sua capacità di apportare sapienti tocchi della cucina locale nell'approntamento di alcuni piatti delle cucine dei Paesi asiatici.

I noodle sono fatti a mano dallo chef che sapientemente li adopera per servire un eccellente ramen in cui il valore arrecato dalla contaminazione della cucina napoletana è dato da una sorprendete aggiunta di vongole, cozze e colatura di alici di Cetara. Meticolosa, da manuale, la preparazione del brodo che costituisce la base neutra del ramen. Il pollo è sottoposto a cottura lenta di 7 ore, viene poi insaporito con cozze e vongole veraci e completato con alga kombu e katsobushi (tonnetto essiccato). La colatura di alici validamente e volutamente sostituisce la fish sauce thailandese. Quale saporito topping, fettine sottili di pancia di maiale stracotta, pollo o pesce, erbe e vegetali. Con il fondamentale supporto esplicativo della signora Oriana, che garbatamente gestisce la sala, il ramen viene proposto in quattro versioni, oltre ad una variante vegana.

Per pasti veloci (funziona bene anche il take away), felice diviene la scelta del "bao", un panino morbido cotto al vapore che viene farcito all'istante con carne, pesce e verdure. Analoga cottura al vapore per i ravioli. Buoni vini, anche con servizio al calice, e buone birre. cod 64537

Staj Noodle Bar
via Bisignano 27 - 80121 Napoli
Tel 081 18386377
www.staj.it



Martedì 4 febbraio 2020



1.500 CALORIE CON GUSTO

Docente:
CHICCO CORIA

Durata: 1 lezione di 3 ore
Costo: 70 euro

Martedì 11 febbraio 2020



PESCE E VEGETALI. ABBINAMENTI GUSTOSI PER PRIMI PIATTI

Docenti:
MAURO SPELGATTI

Durata: 1 lezione di 3 ore
Costo: 70 euro

Martedì 18 febbraio 2020



CONOSCERE L'UOVO E COME CUCINARLO

Docente:
CHICCO CORIA

Durata: 1 lezione di 3 ore
Costo: 70 euro

Martedì 25 febbraio 2020



RISI E BISI

Docente:
RAFFAELE AURIEMMA

Durata: 1 lezione di 3 ore
Costo: 70 euro

I corsi di febbraio di Agnelli Cooking Lab, Il miglior modo per entrare nel mondo della buona cucina.

Tira fuori lo chef che è in te! Agnelli Cooking Lab è un'ampia location multifunzionale dotata delle più moderne tecnologie. È Luogo di confronto e sperimentazione, dotato di dodici postazioni di cucina singole per operare in autonomia sotto la guida di chef professionisti come docenti.



SAPS AGNELLI COOKING LAB - Via Madonna 20 - Lallio (BG).
La segreteria è aperta dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 12:00 e dalle 14:00 alle 18:00.
Per qualunque informazione telefonare al numero 035 204 730, sig. Pier Pedruzzi.
Per iscriversi ai corsi:
www.agnellicookinglab.it





SOLEA BOUTIQUE & SPA RELAX SULLE DOLOMITI



di ***Lucia Siliprandi***

A Fai della Paganella (Tn), tra le Dolomiti del Brenta, sorge Solea Boutique & Spa Hotel. Le linee morbide degli arredi, dal design moderno e dall'allure alpino, diffondono una piacevole sensazione di benessere. Le camere, una diversa dall'altra, rispecchiano la scelta di stile dell'ospite: da quella dove aleggia il profumo del legno di cirmolo alla suite Préstige Panorama con zona living e bagno dotato di doccia e vasca idromassaggio. L'acqua nelle sue varie forme è il cuore pulsante della spa: dal percorso che collega la piscina interna a quella esterna, alle postazioni idromassaggio, dai vapori dell'hammam ai brividi della fontana di ghiaccio sino alla corroborante doccia emozionale.

Fiore all'occhiello del centro benessere sono i trattamenti anti-age che utilizzano anche le nuove tecnologie come la radiofrequenza che, tramite le onde elettromagnetiche, favorisce l'ossigenazione dei tessuti e stimola la produzione di collagene ed elastina. Idrata e ravviva l'epidermide il massaggio viso ai frutti di bosco con estratti di lampone e mirtillo rosso (le materie prime provengono da coltivazioni biologiche) e olio di semi di lino. Ideale dopo una giornata passata sulla neve il percorso Harmony Dorsalis: peeling ai fiori di fieno e albicocca, seguito dall'impacco al fango e, infine, il massaggio schiena decontratturante all'olio di arnica e iperico. cod 65134

Solea Boutique & Spa Hotel
via Cesare Battisti 11 - 38010
Fai della Paganella (Tn)
Tel 0461 581065
www.hotelsolea.com

CIRO E ANTONIO TUTINO APRONO BRO

Bro è la nuova pizzeria di Antonio e Ciro Tutino che apre in piazza Mercato, una delle piazze più emblematiche di Napoli, la piazza simbolo del popolo, il luogo del mercato sin dai tempi dei sovrani Angioini, e della storica rivolta di Masaniello. In questa piazza, Bro è uno spazio contemporaneo progettato per dare un'esperienza di pizza che coniuga estetica e sostanza.

Il locale è ricavato da un unico volume, si articola su due livelli, per un totale di 160 metri quadrati di superficie: due i forni per le pizze, camera per gli impasti a vista sulla sala e 60 coperti totali.

Con i piedi ben saldi nella tradizione, i Tutino puntano a offrire una pizza contemporanea - lieve nell'impasto, di alta nella selezione delle materie prime - in un ambiente caldo ed accogliente.

In carta 15 pizze, dalle tradizionali a quelle più innovative frutto di ricette originali di Ciro Tutino, e i classici fritti napoletani. Un ampio ventaglio di birre e una carta di vini che dà spazio agli storici vitigni campani e a qualche referenza nazionale, completano l'offerta. cod 64253

Bro Ciro e Antonio Tutino pizzeria
piazza Mercato 222b - 80142 Napoli
Tel 3347640532
www.bropizzeria.it





di *Claudio Riolo*

IL FASCINO E LA MAGIA DELLA SICILIA

La Sicilia è proibita per chi non ama il treno e non può cogliere la magia del territorio. Da Palermo verso Messina, i binari lungo la litoranea accompagnano i giardini dorati degli agrumeti, le arance, i mandarini, i limoni. Dopo 70 km appare il gioiello Cefalù (Pa).

Più o meno la stessa distanza per arrivare ad Alia (Pa), verso l'interno: «Qui - segnala l'archeologa **Monica Chiovaro** - le morbide distese collinari coltivate a grano si sostituiscono agli agrumeti e agli oliveti», anticipando incredibili rupi rocciose.

Agricoltura, cucina tipica e sapori sono sorprendenti come il paesaggio stesso.



SULLA TERRAZZA DI KENTIA A CEFALÙ IL PESCE SI RINNOVA OGNI GIORNO

L'interno era un antico frantoio e il monumentale torchio è ancora visibile; le eleganti sale, ben rinnovate, sono adatte anche a cerimonie, con colonne, bar, tavole ben apparecchiate, il forno per la pizza, fiori e piante, pregevoli quadri e sculture. Il proprietario **Nicola Peri** organizza la squadra e accompagna gli ospiti sulle rotte dei massimi piaceri del buon gusto. Cucina di classe con cibi freschi e genuini.

Il menu cambia quasi tutti i giorni, secondo le stagioni del pesce, crostacei, astice, gamberoni, scampi, aragosta, lo spada tenerissimo pescato alla lenza con il paranco. Cefalù (Pa) beneficia, oltre che di una ricca pesca, anche di una florida campagna tra Madonie e Nebrodi con carni, frutta e verdura sempre freschi. Nicola è orgoglioso della sua cantina, oltre 400 etichette che comprendono i migliori siciliani e le regioni più vocate.

Continua l'attività che iniziò giovanissimo nel centrale e noto locale di famiglia. I genitori Benedetta Castrogiovanni e Giuseppe Peri, prematuramente mancati nel 2001, sono ricordati nel bel ritratto al posto d'onore. cod 65136

Ristorante Pizzeria Kentia al Trappitu
via Carlo Ortolani di Bordonaro 96 - 90015 Cefalù (Pa)
Tel 0921 423801 - **www.kentiaaltrappitu.it**

LA CUCINA INDIMENTICABILE DEL LAGO VERDE DI ALIA

Quando la casa fu rinnovata le acque della montagna allagavano i terreni e le camere; si pensò ad un laghetto di raccolta (il Lago Verde) ideale per il giardino, le oche, papere, gattoni, un airone cenerino. Ora anche una piscina allieta gli ospiti. Il ristorante è aperto a mezzogiorno e sera. La colazione del mattino si prepara in casa, dalle torte ai dolci cui si aggiungono salumi, formaggi e uova, frittelline, pane cunzato, uova strapazzate, biscotti con farina di maiorca, torta di mele, spremuta di arance.

Il cuoco e patron **Lino Rinchiuso** propone una cucina difficile da dimenticare, ricca di sapori, basata sulla genuinità di ortaggi e frutta, carni tenere, formaggi di queste montagne. Il menu è stagionale, sempre preparato al momento con numerose curiosità, per esempio il pitirri, crema di farina di ceci, colorata di verde con una verdura locale, detta sparacelli; tagliatelle fatte in casa con farina di russello e condite con salsiccia e finocchietto di montagna; riso e borragine, fonduta di cacio, mandorle tostate di Salvatore Miceli. cod 65139



Agriturismo Al Lago Verde
Contrada Timpi - 90021 Alia (Pa)
Tel 091 8219121 - **www.lagoverdeagriturismo.com**

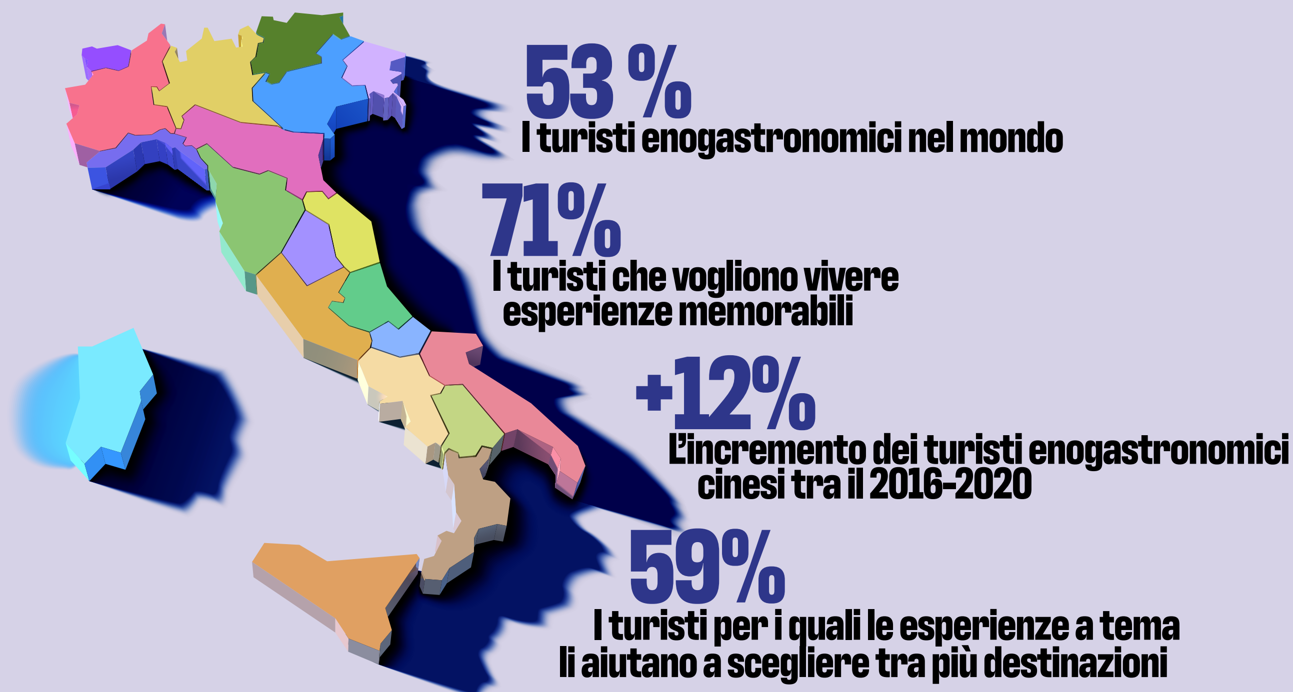


PALMUCCI: IL TURISMO CRESCE L'ENOGASTRONOMIA TRAINA

Dal Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2020, a cura di **Roberta Garibaldi** sotto l'egida della World food travel association e dell'Associazione italiana turismo enogastronomico, è emerso che il ruolo dell'enogastronomia nel turismo è sempre più centrale: il 71% delle persone in viaggio vuole vivere esperienze enogastronomiche che siano memorabili, mentre il 59% dei turisti dichiara che le esperienze a tema li aiutano a scegliere tra più destinazioni. Con focus sull'enogastronomia, si possono suddividere i turisti in due grandi gruppi. Circa il 50% è "onnivoro": durante il viaggio desidera vivere un insieme di esperienze arricchenti e l'enogastronomia, già di per sé multisensoriale, emozionale e culturale, soddisfa al meglio questi bisogni sfaccettati bisogni. Alle esperienze enogastronomiche che si abbinano con maggiore probabilità, rispetto ai turisti generalisti, anche altre attività, per esempio lo shopping (indicato dall'85% contro il 68% dei turisti generalisti) o i festival musicali (66% vs. 45%). Il turista ricerca proposte integrate che abbinano una varietà di esperienze a tema enogastronomico con altre attività culturali e ludiche. I turisti internazionali di tutte le nazionalità mappate si definiscono prevalentemente "eclettici" nella scelta delle esperienze, solo per i francesi prevale il tema dell'autentico, del locale e del gourmet.

Presentato a Milano il Rapporto sul turismo enogastronomico redatto dalla docente Roberta Garibaldi. Emerge una maggiore propensione ai viaggi, sulla spinta della gastronomia

Presentato a Milano presso l'Unicredit Tower Hall, il Rapporto è un lavoro poderoso di 735 pagine di dati e analisi che delinea sia l'offerta del "sistema Italia", comparato a livello europeo e nazionale, sia il profilo del turista internazionale di Francia, Regno Unito, Canada, Stati Uniti d'America, Messico e Cina. L'incontro è stato moderato da Alberto Lupini, direttore di Italia a Tavola. In sala, oltre a Roberta Garibaldi, che ha illustrato la ricerca, **Giorgio Palmucci**, presidente di Enit (Agenzia nazionale italiana del turismo), Bruno Bertero, direttore marketing PromoTurismoFvg, Massimo Costantino Macchitella, head of small business & financing products UniCredit.



Palmucci ha fatto il punto sugli arrivi internazionali, parlando di crescita costante nel 2019, nonostante i timori dell'estate. «Sulla base delle informazioni circa gli arrivi internazionali negli aeroporti italiani fino a settembre e dell'andamento osservato nell'ultimo trimestre dell'anno passato - ha spiegato - possiamo dire che continuiamo a crescere. Le previsioni del turismo durante il primo trimestre 2020, grazie a circa l'80% degli operatori intervistati dai nostri 28 uffici all'estero, presentano un turismo in crescita o al massimo stabile». Resta da vedere quali saranno le prospettive per il 2020, che rischiano ora di essere stravolte con le ripercussioni del coronavirus sul turismo internazionale.

«In assoluto - ha ricordato Roberta Garibaldi - si consolida l'interesse dei turisti verso l'enogastronomia nei Paesi occidentali. In forte crescita i turisti enogastronomici da Cina e Messico. Dal 2016 si evidenzia un incremento rispettivamente del +12% e +10%. Il totale di chi ha dichiarato di avere svolto almeno un viaggio con questa motivazione negli ultimi due anni a livello internazionale è pari al 53%. I Millennials guidano il trend tra le generazioni, mentre si affacciano i nuovi "super foodies", della Generazione Z, viaggiatori frequenti che già mostrano un alto interesse verso il cibo».

Tra le esperienze più ricercate sul web, più vissute e più valorizzate dai tour operator e il posizionamento del nostro Paese emergono i "food truck", i ristoranti e i bar storici, le dimore storiche sede di aziende di produzione agroalimentare, le visite ai produttori extra vino, i corsi di cucina. La pizza emerge come prodotto trainante per il nostro Paese e dovrebbe diventare un asset su cui puntare in modo più forte per il turismo. Sono il cibo e il vino a caratterizzarci maggiormente, anche all'estero: il Gorgonzola e la pizza sono i prodotti italiani a Indicazione geografica più ricercati sul web tra il 2017 e il 2019.

Tra i trend topic di Internet tra novembre 2019 e gennaio 2020 per gli utenti di Stati Uniti, Cina, Francia, Spagna, Germania e Regno Unito figurano prodotti e piatti tipici, tra i quali spiccano, oltre alla pizza, gli arancini, l'ossobuco, il Parmigiano Reggiano e il Pecorino romano; tra le produzioni vitivinicole "Sparkling wine", i vini dell'Alto Adige e il Chianti. cod 65062



TURISMO, CITTÀ D'ARTE E PICCOLI BORGHI

Il turismo può e deve crescere

Non solo a Firenze, Roma o Venezia

di ***Alberto Lupini***

Da una capitale della Cultura ad una della Scienza. Con l'avvicendamento fra Matera e Trieste, l'Europa tiene ancora un faro acceso sull'Italia, attivando nuove opportunità di flussi turistici. E poi ci sono i siti Unesco, non ultime le città creative, che sono nuove luci sulla Penisola. Se dovessimo fermarci all'elenco delle nuove occasioni che si presentano ci sarebbe da essere ottimisti sul contributo che il turismo può garantire al nostro Pil. E tutto ciò senza dimenticare il risveglio che ha registrato l'Enit che, dopo anni di sostanziale inutilità, sembra essere diventato negli ultimi mesi un reale strumento di promozione.

Ma tutte queste iniziative stanno realmente incidendo su un comparto che continua ad essere fra i più arretrati in Europa in termini di efficienza dei servizi, formazione del personale e innovazione delle strutture di accoglienza? Stando alla recente esperienza di Matera ci sarebbe da avanzare qualche dubbio. Il richiamo di turisti sembra essersi fermato lì, senza coinvolgere territori più vasti o altri centri minori. E del resto la concentrazione dei flussi sulle grandi città d'arte (con tutti i ben noti problemi di vivibilità e di fruibilità dei luoghi di Roma, Venezia o Firenze) è una delle questioni di fondo che ingessano il nostro turismo.

Accessibilità e accoglienza efficiente in tutta Italia sono la vera sfida per fare del turismo uno degli asset di un nuovo ciclo di sviluppo virtuoso in Italia. Ma cosa si sta facendo per questo? Le migliaia di opportunità presenti in tutte le province su che reti di promozione e servizi possono contare oggi? Dopo che il secondo Governo Conte ha smembrato il progetto del "Conte 1" di valorizzare l'enogastronomia come nuovo polo di sviluppo turistico (dando più attenzione anche al settore agricolo e utilizzando un po' delle risorse di questo ministero), siamo in attesa di una qualche strategia alternativa per dare valore ai centri minori, alla cosiddetta Italia di serie B, anche se è quella che nei fatti assorbe più turismo.

Con un'aggravante di non poco conto. Se è giusto che i poli culturali siano accessibili il più possibile a tutti gli italiani, perché ci precludiamo la possibilità di reperire risorse importanti come fanno in tutti i Paesi del mondo? A inizio gennaio Bruno Vespa ha lanciato una provocazione assolutamente centrale in questa prospettiva: il biglietto per visitare Petra in Giordania costa ad esempio 65 euro e nel milione di visitatori annui una fetta importante è composta da italiani. A Pompei, che non è inferiore a Petra per importanza e notorietà, si pagano 15 euro per 4 milioni di visitatori. Un costo d'ingresso superiore, anche di poco, garantirebbe risorse per migliorare il sito e sostenere altre località che versano in stato pietoso (pensiamo solo ai Campi Flegrei per restare in zona).

Servono scelte coraggiose e soprattutto una strategia politica chiara. Di chiacchere il Paese è stanco e se non valorizziamo tutte le ricchezze sparse nella Penisola e nelle isole che ci hanno lasciato la storia (arte) e le tradizioni (stile di vita e enogastronomia) perderemo un'occasione straordinaria. Lo sviluppo del turismo fuori dalle città d'arte più importanti è fondamentale e su questo tema incentreremo gli eventi legati al Premio Italia a Tavola, che si terrà fra il 28 e il 29 marzo, non casualmente, a Gubbio.

cod 64687





WINE CUP ALTA BADIA

LEZIONI DI TURISMO ENOGASTRONOMICO

di ***Federico Biffignandi***

Che il comprensorio sciistico Dolomiti SuperSki sia il paradiso degli sciatori è cosa certa. "Vedi le Dolomiti e poi muori", potrebbe essere la versione d'alta quota del tradizionale modo di dire napoletano. Eppure chi lavora nel settore turistico delle valli che fanno parte di questo "parco divertimenti naturale" non può lasciare che siano solo le vette e la neve ad attirare la gente.

Lo sa **Michael Costamoling** che conduce in maniera brillantemente indaffarata lo Sport Hotel Panorama di Corvara in Badia (Bz), struttura famiiare che sorge poco sopra il cuore del paese. Grande appassionato di vini, ha pensato ad una Wine Cup per "educare" al buon bere i meno esperti e accontentare i clienti che invece il buon bere lo ricercano. «Abbiamo notato un incremento delle prenotazioni da quando organizziamo questa manifestazione - spiega - vengono da tutto il mondo e o partecipano a questa esperienza oppure mi chiedono informazioni per sapere dove andare a mangiare e bere bene. Si lasciano anche consigliare quando mangiano da noi per capire quali siano gli abbinamenti migliori piatto-vino».

La nostra Wine Cup è iniziata con la cena nella Taverna dell'hotel che, oltre al tradizionale ristorante per gli ospiti, vanta al piano sotterraneo la tipica Stua Ladina. Qui il cuoco **Alexander Egger** sforna piatti che celebrano il territorio, ma senza mai dimenticare che con prodotti della propria terra si possono anche "rivisitare" ricette internazionali. «La filosofia - spiega - è quella di mettere in primo piano la tradizione affiancata da piatti più internazionali».

Strizza l'occhio a tanti palati la cucina di Egger i cui piatti arrivano in tavola grazie al servizio preparato e generoso di Massimo. "È semplicemente Massimo, per tutti" ci si sente dire dagli "aficionados" e si capisce il perché dalla sua preparazione su vini e ricette, dalla sua attenzione discreta alle esigenze dell'ospite e dalla sua capacità di guidare il personale con molti sguardi. Crea anche qualche piccolo aperitivo: soppressa, mozzarella di bufala, cachi sott'aceto e pomodorini. Dal menu selezioniamo Gnocchi di formaggio con spuma di patate, carciofi, castagne, tartufo e topinambur. Sorprende l'esplosione di sapori derivanti dai singoli ingredienti, "Mangiare tutto insieme" è un caldo consiglio che arriva dalla cucina. Succede anche con il secondo dove una Tagliata di manzo nel suo brodo viene abbinata a funghi porcini, carote, pure di patate, radicchio e cannoli al formaggio erborinato. Dalla pasticceria arrivano infine dei simpatici Marshmellow artigianali che introducono la carta dei dessert. Consigliato quello composto da frutta esotica e noce di cocco.

Capitolo vini, scelti tutti da Michael Costamoling che seleziona personalmente dalle cantine dell'hotel le bottiglie. Un Tradition Brut della maison francese Antech Limoux apre le danze con una leggerezza perfetta per un aperitivo. Dalla Francia all'Alto Adige con una curiosa etichetta (ancora "bianca") di Roberto Ferrari proveniente da Termeno. Il rosso Siebeneich di Cantina Terlano esalta il gusto deciso del manzo e del sottobosco ricreato dai funghi porcini. In chiusura sorprende per profumi il Moscato Rosa di Abtei Muri.

Notte nelle rinnovate camere dell'hotel con vista mozzafiato su Corvara da una parte e sul passo Campo-



gatti delle nevi in azione sulle piste, che altro non fanno che alzare ulteriormente la voglia di sciare anche il giorno successivo. Niente Sellaronda, ma su e giù dalle piste di Corvara e Colfosco. Non ha lo stesso fascino delle varie Gran Risa (in forma smagliante in questi giorni), Saslong, Porta Vescovo, ma se volete divertirvi e stare un po' più lontano dalla folla non potete non mancare all'appuntamento con la pista Arlara (magari subito dopo il pranzo al rifugio con terrazza panoramica sulla valle) che, panettone dopo panettone, porta diritti all'ingresso dell'hotel Sport Panorama.

longo dall'altra; abbondante e capace di offrire un risveglio all'altezza la colazione. Poi, le piste da sci. "Carvare" sui pendii perfettamente tirati del comprensorio è un'emozione che nessun amante dello sci può precludersi, ma è anche una mano tesa verso chi ha voglia di imparare a sciare per bellezza, varietà e larghezza che consente a tutti di sciare in tranquillità. Sciare però passa quasi in secondo piano di fronte allo spettacolo che fa da cornice agli impianti. Abbiamo optato per il classico giro del Sellaronda (chiamato così perchè circonda il gruppo del Sella) in senso orario, partendo da Corvara. Segnaletiche perfette consentono di non perdere la circolare via. Consigliata una deviazione alla Marmolada.

La Wine Cup prosegue nel tardo pomeriggio con la degustazione di Masseto-Tenuta Ornellaia al rifugio Piz Arlara gestito dalla famiglia Vittur a 2040 metri. Il calore della "dependance" dopo essere saliti in quota con il gatto delle nevi rende le 6 annate proposte ancor più esaltanti. Cena al rifugio Punta Trieste, nell'enoteca Ursus Ladinicus (la più alta d'Europa): Spaghetti alla chitarra alla puttanesca e tagliata di Angus (eccezionale).

Pancia piena e palato ampiamente rinfrancato consentono di addormentarsi con il rumore di sottofondo dei

Se il cibo riempie la bocca per i sapori rotondi, il vino cervello e palato per profumi intensi, le Dolomiti riempiono gli occhi per la loro capacità di continuare a sorprendere la vista di chi le osserva. Sempre ferme sul proprio trono eppure ogni volta diverse, quasi si muovessero, come fossero spiriti viventi che fanno dell'accoglienza, della generosità e di un lusso mai ostentato la loro prerogativa principale. Forse che lo spirito "dolomitico" sia intrinseco in quello delle persone che qui vi nascono? A conti fatti viene da rispondere con un convinto «Sì». cod 64853

«Abbiamo notato un incremento delle prenotazioni da quando organizziamo questa manifestazione, vengono da tutto il mondo e partecipano a questa esperienza oppure mi chiedono informazioni per sapere dove andare a mangiare e bere bene».

Michael Costamoling



STAY TUNED!



SU WHATSAPP E TELEGRAM È ANCORA PIÙ FACILE RESTARE AGGIORNATI

Tutte le notizie sul mondo dell'enogastronomia, dell'accoglienza e del turismo comodamente sul tuo smartphone. Un servizio tempestivo e totalmente gratuito (e con tutela assoluta della privacy) per tenerti sempre aggiornato.

Le principali notizie di Italia a Tavola e i video, molti dei quali trasmessi in diretta, si possono infatti ricevere anche su WhatsApp e Telegram, in aggiunta alla nostra già consolidata presenza su Facebook, Twitter, Instagram, Flipboard, Linkedin, Twitch e Pinterest. E con i QR code ricevere gli aggiornamenti quotidiani di Italia a Tavola è diventato ancora più facile e immediato.

Su WhatsApp la sintesi delle news più importanti della giornata

Per attivare le newsletter su WhatsApp con le principali notizie del giorno, basta inquadrare con lo smartphone il QR code riportato qui sopra a sinistra: WhatsApp si aprirà e basterà confermare l'invio del messaggio che troverai scritto in automatico. Da quel momen-

to riceverai ogni giorno una newsletter con le principali notizie della giornata.

In alternativa al QR code, per attivare le notifiche di Italia a Tavola su qualsiasi smartphone basta inviare un messaggio con scritto "START" al nostro numero +39 3518391052. Se non vorrai più ricevere la sintesi delle principali notizie e dei video del giorno, ti basterà in qualsiasi momento scrivere "STOP" nella chat di WhatsApp.

Su Telegram in tempo reale gli editoriali e le news in Primo Piano

Per ricevere invece in tempo reale su Telegram gli articoli in Primo Piano e gli editoriali non appena vengono pubblicati, basta inquadrare con lo smartphone il QR code riportato nella pagina accanto a destra: Telegram si aprirà e basterà cliccare sul "UNISCITI AL CANALE".

In alternativa al QR code, nella sezione Chat di Telegram basta cercare "italiaatavola" e, anche in questo caso, unirsi al canale. Se non vuoi ricevere le notifiche puoi silenziare il canale e leggerle con comodo quando apri Telegram; per non ricevere più nessun aggiornamento puoi in qualsiasi momento lasciare il canale.

La privacy è sempre tutelata perché su WhatsApp il tuo numero di telefono è anonimizzato e non richiediamo nessun dato anagrafico, mentre su Telegram a noi appare soltanto il nickname con cui ti sei registrato. In entrambi i casi il servizio è totalmente gratuito.

Grazie ai QR code, dunque, è ancora più facile ricevere gli aggiornamenti quotidiani di Italia a Tavola, testata leader nell'informazione di settore, nonché network sempre più ricco di contenuti e di servizi: tra gli ultimi ricordiamo ad esempio l'attivazione di file audio disponibili gratuitamente in podcast su Spotify e Apple Music. cod 64788



L'HORECA AI TEMPI DEI PODCAST

ITALIA A TAVOLA SU SPOTIFY E APPLE MUSIC

Non più solo immagini o video, ma anche parole. Scritte, certo, ma sempre di più anche parlate e ascoltate. Il mondo della comunicazione sta vivendo una fase di costante cambiamento, evoluzione. Dalla pornografia dell'immagine ad ogni costo che ha trovato in Instagram il suo mezzo di veicolazione più efficace, ci si sta spostando verso la comunicazione tramite podcast.

I podcast sono file audio confezionati e scaricabili su pc, tablet o smartphone che consentono di ascoltare discorsi, approfondimenti, interviste, racconti, articoli di giornale o anche interi libri.

Italia a Tavola, proprio nell'ottica di continuare a progredire e restare al passo con i tempi e con l'unico obiettivo di offrire un'informazione di qualità che sia però anche facilmente fruibile, con l'inizio del 2020 ha sposato il concetto di podcast aprendo dei profili Spotify e Apple Music dove sono inseriti file contenenti approfondimenti sui temi più cari al nostro network: dal mondo della ristorazione a quello dell'accoglienza in tutte le sue sfaccettature.

Ogni giorno proponiamo alcuni spunti e brevi approfondimenti audio scaricabili e ascoltabili in qualunque momento della giornata in modo che la nostra voce e quella del mondo dell'Horeca vi raggiungano in qualunque luogo per un momento di relax, di piacere, ma anche di approfondimento. Potete trovare tutti i podcast sui canali Spotify o Apple Music alla voce "I servizi di Italia a Tavola".

Per i link diretti alle piattaforme cerca su www.italiaatavola.net il codice articolo 64745.

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



Edizioni Contatto srl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteo.scibilia@italiaatavola.net
Roberto Vitali (*editorialista*) · roberto.vitali15@alice.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · piera.genta@italiaatavola.net
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Sergio Cotti (*redattore*) · sergio.cotti@italiaatavola.net
Marco Di Giovanni (*redattore*) · marco.digiovanni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria*) · redazione@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*social media manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, **Massimo Artorige Giubilesi**, **Sergio Mei**, **Matteo Scibilia**

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · Fax 035 5096886 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Livia Gerosa · livia.gerosa@italiaatavola.net · **Ivana Frosio** · ivana.frosio@italiaatavola.net
Brian Vavassori · brian.vavassori@italiaatavola.net

Corrispondenti di zona *(per contatti telefonici consultare il sito)*
Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta **Piera Genta** · piera.genta@italiaatavola.net
Lombardia orientale **Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia-Piacenza **Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto **Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@yahoo.it
Belluno-Bolzano-Trento **Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia **Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
Emilia Romagna **Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria **Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio **Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche **Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
Carla Latini · carla@carlalatini.com
Abruzzo **Monica Di Pillo** · monica.dipillo@yahoo.com
Campania e Molise **Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia **Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria **Tommaso Caporale** · dodicialtro@gmail.com
Sicilia **Gianni Paternò** · giopate@libero.it
Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
Svizzera (Canton Ticino) **Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Febbraio 2020 · anno XXXIV · n. 276 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca.
Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Nadia Afragola, Giovanni Angelucci, Valerio Beltrami, Alessandro D'Andrea, Enrico Derflingher, Fabio Di Pietro, Leonardo Felician, Ezio Indiani, Roberto Lestani, Ernesto Molteni, Antonio Paolillo, Rocco Pozzulo, Fulvio Raimondi, Guido Ricciarelli, Claudio Riolo, Enrico Rota, Toni Sarcina, Lucia Siliprandi, Davide Staffa, Eros Teboni

Foto gettyimages® 2020 - Italia a Tavola

- **Quotidiano online** www.italiaatavola.net
- **Mensile cartaceo**
- **Mensile digitale**
- **Le Newsletter settimanali** via mail
- **Le newsletter quotidiane** su WhatsApp e Telegram
- **La Web TV**
- **Social network** con oltre 210.000 utenti
- **IaT Live News** il tg quotidiano in diretta social
- **La APP Italia a Tavola**
- **Gli aggregatori di notizie**

SEGUICI SU:







ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:


FIC Federazione Italiana Cuochi


Euro-Toques Italia


itchefs-GVCI Gruppo Virtuale Cuochi Italiani


Conpait Confederazione Pasticceri Italiani


AMPI Accademia Maestri Pasticceri Italiani


Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria

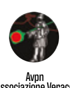

Noi Di Sala Camerieri, Maitre e Sommelier


Amira Associazione Maitres Italiani Ristoranti ed Alberghi


Ada Associazione Direttori Albergo


European Hotel Managers Association


ABI Professional Associazione Barmen Italiani


Avpn Associazione Verace Pizza Napoletana


Apn Associazione Pizzaiuoli Napoletani


Ristoranti Regionali Cucina DOC


Movimento Turismo del Vino


Associazione Italiana Sommelier


Streetfood Project


IFSE Italina Food Style Education


Saps Agnelli Cooking Lab


Ika Italian Kitchen Academy - Roma

Stampa: Graphicscalve SpA
via Dei Livelli di Sopra, 6/A - 24060 Costa di Mezzate (Bg)
Coordinamento editoriale e diffusione: Addressvitt
Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548.
Chiuso in tipografia il 31 gennaio 2020

Azienda associata



Informativa ex D. Lgs. 196/03: L'amministratore unico è il responsabile del trattamento dei dati che potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati a società collegate per le medesime finalità della raccolta e a società esterne per la spedizione della rivista e per l'invio di materiale promozionale. Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati ad uso redazionale è il direttore responsabile a cui, presso la segreteria di direzione, via fax 02 700557702, ci si può rivolgere per i diritti previsti dal D. Lgs. 196/03.

La percentuale della pubblicità non supera il 45%